

The Kaspersky logo is displayed in a bold, black, sans-serif font. It is positioned in the upper left area of a white, rounded rectangular field. The background of the entire page is a vibrant green with a subtle gradient and abstract, flowing white shapes that create a modern, dynamic feel.

kaspersky

Política Comercial aplicadas ao Brasil

Última atualização – Agosto de 2026

Políticas aplicadas ao Brasil

Este documento está alinhado às políticas Globais da Kaspersky e detalha um conjunto de medidas que definem as regras dentro de um processo de vendas no Brasil e suas singularidades. Fatores imprescindíveis para que a Kaspersky junto com seus canais alcance suas metas promovendo o crescimento e sustentabilidade dos negócios.

1 - Registro de Oportunidade (RO)

- a) O registro de oportunidades é um pilar essencial do programa de canais. Pode ser definido o processo pelo qual um canal qualifica um lead, registra um projeto e obtém prioridade para conduzir a venda dos produtos Kaspersky, garantindo transparência e suporte em cada etapa.
- b) A oportunidade se manterá aberta até o canal fechar o negócio, concluindo-o ou cancelando-o, ou pode até ser cancelada automaticamente pela Kaspersky caso a oportunidade fique sem atualização por 60 dias ou se identificada negligência por parte do canal.
- c) Desta forma, é obrigatório que o canal qualifique o lead, registre a oportunidade e a medida em que essa oportunidade avança, atribua os corretos estágios à oportunidade (prospecção, desenvolvimento, negociação, fechada ganha ou fechada perdida).

Priorização de Oportunidades Registradas em Sistema

- d) A orientação da Kaspersky é 100% voltada ao canal, assim faz sentido priorizar o canal que investe o seu tempo, recursos técnicos e comerciais no desenvolvimento de uma oportunidade de negócio. O registro de oportunidade premia quem dedicou atenção a tais clientes, com as seguintes premissas:
- e) Um registro de oportunidade só pode ser requisitado por um canal autorizado e registrado no United Partner Program, que deve incluir informações verídicas, claras e atualizadas do cliente e da oportunidade, tais como: Razão Social, Nome fantasia, CNPJ, endereço completo, contato, telefone e e-mail - é obrigatório que o e-mail tenha o domínio em nome da empresa e não em nome do canal que registrou a oportunidade. A Kaspersky poderá recusar registros que não estejam adequadamente qualificados.

- f) Tratamento de Dados Pessoais e LGPD:

Os parceiros são obrigados a:

- i. Informar ao cliente final, de forma clara e acessível, a finalidade, a forma e o prazo de tratamento dos dados coletados, conforme Art. 6º da LGPD;
- ii. Coletar apenas dados estritamente necessários para a execução do serviço (princípio da minimização);
- iii. Sugerimos que o canal obtenha autorização do cliente final, por meio de um Termo de Consentimento devidamente assinado, nos casos em que o tratamento de dados pessoais não se enquadre em outras bases legais previstas na LGPD, como execução contratual ou obrigação legal regulatória.

- iv. Garantir que o e-mail fornecido pelo cliente seja corporativo (domínio válido da empresa), vedado o uso de e-mails genéricos (ex.: @gmail.com, @hotmail.com).

A Kaspersky poderá auditar a conformidade dos parceiros com a LGPD a qualquer momento. Descumprimentos acarretarão penalidades conforme Item 10 desta política, sem prejuízo de responsabilização legal perante a autoridade competente."

- g) A Kaspersky não tem nenhuma responsabilidade com relação ao cumprimento de obrigações assumidas por revendas autorizadas com clientes finais, ficando livre de qualquer responsabilização decorrente de obrigações assumidas em transações realizadas entre distribuidores e revendedores, distribuidores e clientes finais ou revendedores e clientes finais.

2 – Tipos de Oportunidade

Regra de Unicidade por Solução:

Cada CNPJ cliente poderá ter apenas um registro de oportunidade aprovado por solução, conforme a lista abaixo.

End Point Protection NEXT KESB KES CLOUD KESS KSOS KPSN KSO365 KSB/SANDBOX	Awareness KASAP KIPS CITO GAT	Industrial Cyber Security KICS Networks KICS NODES
	Cloud Workload Hybrid Cloud Ks for Storage	IOT Security KISG – IOT Secure Gateway Aprotech
		Network Sandbox & NTA KATA
	Container Security KCS	Support Services *RO do Prime* MSA KPS
XDR Expert Services Security Assessment IR SOC Consulting Trainings	DDoS Protection KDP	Tech Alliance ScanEngine KAV/KMS/WHC/SDK SafeStream
	Mail Gateway KLMS	
	KSMG	
MDR Optimum Expert	KS For Exchange	Fraud Prevention KFP
	Vulnerability Management	
	Web Gateway	SIEM KUMA
Threat Intel		

Exceções e Observações

Soluções com Subcategorias (ex.: Awareness, Endpoint Protection):

Mesmo que a solução possua múltiplas subcategorias (ex.: CITO e GAT em Awareness), apenas um registro será permitido para a solução principal, não importando portanto o quantitativo ou versão. Após um RO estar aprovado, todos as demais requisições de registro para a mesma categoria serão negados.

Exemplo: Se um parceiro registrar uma oportunidade para CITO (Awareness), outro parceiro não poderá registrar GAT (Awareness) para o mesmo CNPJ, pois ambos pertencem à mesma solução (Awareness).

Registro de Oportunidades para Serviços

Não será possível um registro de oportunidade para um item apenas de serviço como HealthCheck ou IR. Como geralmente são ofertados junto a outros produtos, o detentor do RO dos produtos terá o Prime para o serviço automaticamente. Casos específicos serão avaliados pela diretoria de canais da Kaspersky.

3- Premissas para o Registro de Oportunidade (RO)

- a) Um RO será sempre feito através do Portal de Parceiros
- b) Um mínimo de 100 licenças EDR ou XDR são necessárias para que o RO seja avaliado. Oportunidades menores serão automaticamente rejeitadas. Para as demais soluções, não existe um quantitativo mínimo de licenças.
- c) O Registro de uma Oportunidade não significa exclusividade de venda e nem propriedade sobre um determinado cliente.
- d) Apenas o canal Prime que detém o registro da oportunidade em vigor ou a revenda que fez a venda anterior poderá se utilizar de descontos:
 - i. De categoria no distribuidor;
 - ii. Descontos por vertical (Base instalada com solução concorrente, Entidade Governamental ou Entidade Educacional);
 - iii. Descontos adicionais informado pelo AM da Kaspersky;
- e) Em todos os outros casos, as revendas podem vender e oferecer os produtos Kaspersky desde que trabalhem com o valor de lista, considerando ser uma **revenda da categoria Registrada e sem descontos adicionais**, mesmo se tratando de canais Silver, Gold ou Platinum.
- f) Revenda/Distribuidor deve aguardar o e-mail de confirmação, aprovando ou rejeitando o Registro de Oportunidade, que será enviado em até 3 dias úteis.
- g) Apenas o parceiro reconhecido como prime em uma oportunidade pode utilizar o faturamento direto do distribuidor para o usuário final, inclusive para oportunidades de governo.
- h) O Registro de Oportunidade não se aplica às renovações, uma vez que entendemos que quem fez a primeira venda tem a prioridade na negociação. Logo, pedidos de registro efetuados para uma base ativa serão rejeitados e o parceiro que fez a primeira venda terá a condição de prime.
- i) Oportunidades registradas possuem validade de 60 dias e ficam registradas no nosso sistema com 10% de possibilidade de fechamento. À medida em que a oportunidade evoluir (reuniões com o cliente, POC,

feedback, definição de projeto, cotação e comprometimento verbal) essa probabilidade aumentará progressivamente. Oportunidades registradas sem evolução ou sem atualização de seu status por parte da revenda, por um período de 60 dias serão automaticamente fechadas sem a necessidade de justificção por parte da Kaspersky.

- j) O canal escolherá o distribuidor no momento do Registro de Oportunidade, devendo permanecer com este até a conclusão do negócio. Caso a revenda e Distribuidor cheguem com um acordo para a mudança ou caso a diretoria da Kaspersky identifique que o Distribuidor não está contribuindo para a continuidade da oportunidade ou ainda não conseguiu aprovação (Financeira, Jurídica, Comercial, etc.) para que o negócio seja concluído, será possível a troca de distribuidor, sendo o distribuidor atual informado imediatamente.
- k) Mapeamentos de diversos canais para a mesma oportunidade efetuados em um mesmo dia podem ser revistos pela Diretoria da Kaspersky e tratados como exceção (podendo o RO ser cancelado e os descontos equalizados).
- l) Caso seja identificada algum comportamento anômalo com relação à criação de registros de oportunidade (Múltiplos registros em um espaço curto, registros muito similares ou qualquer outro comportamento estranho) a Kaspersky poderá auditar ou rejeitar estes e informar a razão ao canal. Em caso de reincidência, penalidades poderão ser aplicadas conforme item 10
- m) O registro de oportunidades é uma forma da Kaspersky privilegiar o trabalho do parceiro através de descontos, porém em NENHUM momento a Kaspersky se RECUSA a enviar preços para outros canais que pedirem preços, desta maneira a revenda Kaspersky que faz parte do programa de canais, tem por obrigação ofertar proposta de preços, mesmo que não possua o Registro da Oportunidade. Dessa forma, o valor será baseado no preço base sem descontos, conforme item 3, alínea “e”. A recusa no envio de proposta para o cliente final poderá acarretar em punições previstas no item 10.
- n) É expressamente vedada a prática de utilizar o Registro de Oportunidade (RO) ou prioridade de renovação da Kaspersky para obter vantagens competitivas com a oferta de soluções semelhantes de outros vendedores. Por exemplo, se um parceiro, detentor de um RO ou prioridade de renovação para soluções de endpoint da Kaspersky, apresentar ao cliente final uma proposta de endpoint de um concorrente, tal conduta será considerada uma infração grave. Essa prática, além de antiética, compromete a confiança mútua e a integridade da parceria. Conforme o item 10 desta política, o parceiro estará sujeito a penalidades, incluindo a possibilidade de descredenciamento imediato, mesmo em primeira infração, devido à severidade da conduta.
- o) Exceções serão tratadas pontualmente pela Diretoria da Kaspersky do Brasil.

4 - Quebras e Equalizações de PRIME

A Kaspersky poderá cancelar a prioridade de um determinado revendedor caso se constate que não houve o devido atendimento, que existem falhas técnicas ou comerciais durante a vigência do Prime ou por solicitação expressa e direta do cliente.

- a) Oportunidade com menos de 500 licenças (EDR/XDR) seguirão com a equalização de Prime.
- b) Oportunidade iguais ou superiores a 500 licenças (EDR/XDR) seguirão com a troca de Prime.
- c) Oportunidades de soluções estratégicas não terão um mínimo de licenças para que ocorra a troca de prime. Equalizações podem ser concedidas caso seja avaliada como melhor opção pela diretoria da Kaspersky.
- d) Não serão aceitos pedidos colocados pelos distribuidores, considerando descontos adicionais sem a formalização de descontos pela Kaspersky.

Possibilidades e etapas para as solicitações de quebra/equalização de prime.

- e) Nos processos onde haverá uma equalização de prime, a solicitação expressa e direta deverá vir através do responsável gerencial pela área de tecnologia para que a Kaspersky analise a necessidade da equalização do Prime. As vendas envolvidas serão notificadas após a decisão da Kaspersky.
- f) Nos processos onde haverá uma quebra de prime, o Account Manager – Kaspersky responsável por essa oportunidade deve estar envolvido no processo para decidir pela quebra do prime. Para isso o cliente deve formalizar um comunicado para a Kaspersky indicando:
 - Nome da revenda pela qual NÃO deseja ser atendido;
 - Motivo técnico, de atendimento ou de relacionamento que indica sua insatisfação com a empresa que o atende. Lembrando que motivação baseada em valores serão automaticamente rejeitadas;
 - Nome da revenda com a qual deseja receber o atendimento (Caso não conheça outro canal, o link <https://locator.kaspersky.com/b2b/> deve ser acessado e um novo parceiro deve ser escolhido)
- g) Em ambos os casos (equalização ou quebra), a revenda prime original será avisada imediatamente sobre o pedido do cliente e receberá cópia do comunicado. A mesma terá até três (3) dias úteis para trazer o pedido com garantia de condições de prime ou cancelar a quebra de mapeamento com um e-mail do mesmo contato que deu origem ao comunicado especificado no item 4-F ou algum superior hierárquico. No caso de equalização a Kaspersky se reserva no direito de reduzir o prazo de 3 dias.
- h) O revendedor sem um RO aprovado não terá em hipótese alguma um desconto adicional, nem mesmo desconto de categoria. Caso seja solicitada uma mudança de Prime com motivos aparentemente legítimos e posteriormente seja identificado que o canal beneficiado com a mudança ou equalização de prime havia enviado um valor abaixo do preço base na categoria “Registered”, conforme disposto no item 3, alínea “E” da presente política, será penalizado conforme disposto no item 10 com severidade avaliada pela diretoria da Kaspersky. A penalidade será aplicada levando em consideração a severidade, reincidência e fatores envolvidos na negociação.
- i) Exceções serão tratadas e gerenciadas pela Kaspersky e comunicadas pela Diretoria de Canais.

5 - Sobre o uso de Renovações

- a) O canal que realiza a venda das licenças ativas no cliente terá automaticamente o status de prime nas renovações subsequentes (Observar item 3).
- b) O cliente tem até 30 dias após a data de expiração das licenças para colocar o pedido considerando as condições de Prime.
- c) A Kaspersky reserva o direito às renovações ao canal que fez a venda até 30 dias após o vencimento das licenças para quantidades iguais ou superiores a 500 licenças. Para renovações iguais ou abaixo a 499 licenças, o benefício do Prime será mantido apenas até a data de expiração das licenças.
- d) Nenhum canal à exceção do Prime poderá ofertar descontos adicionais antes do prazo de expiração das licenças e prazo adicional (conforme item 5, alínea c) com a intenção de pedir uma quebra ou equalização de prime. Tal prática será notificada e resultará em penalidades progressivas, conforme disposto no item 10.
- e) Por discricionariedade da Kaspersky, os prazos de proteção poderão ser prorrogados, para isso, será necessária que o canal justifique e envie comprovações para o seu Gerente de Canais que buscará as aprovações e retornará com o posicionamento da Kaspersky.

6 - Sobre o uso de Add-on e Co-term

- a) Ambos os licenciamentos precisam necessariamente ser atrelados à licença original do cliente.
- b) Em ambos os casos, o tempo de licenciamento será o mesmo da licença original, isto é, as licenças irão vencer exatamente na mesma data.
- c) No caso de co-term (cliente quer acrescentar licenças novas a uma licença existente), será gerada uma nova licença que irá substituir a licença antiga e a mesma deve ser carregada na KSC.
- d) Devido ao exposto nas linhas de a-c acima, o uso destes tipos de licenciamentos está restrito ao atual prime.

7 - Política de Oportunidades no Setor Público

A Kaspersky segue rigorosamente os processos de compra do Governo, em conformidade com a Lei nº 14.133/2021 (que regula licitações e contratos administrativos) e a Lei nº 13.303/2016 (que estabelece regras para contratações de Empresas Estatais).

O gestor público não pode adquirir produtos ou contratar serviços sem um processo licitatório, salvo nas exceções previstas na lei. As compras governamentais seguem os seguintes critérios de julgamento:

- Menor preço
- Melhor técnica
- Técnica e preço
- Maior desconto
- Maior lance (para bens e direitos do domínio público)
- Diálogo competitivo (quando há necessidade de interação com o mercado para definir soluções)

As contratações feitas por Empresas Estatais seguem os princípios da Lei nº 13.303/2016, com regras próprias para editais, dispensa de licitação e regime de sanções.

Os princípios considerados no setor privado, são também considerados no setor público, no entanto pelas peculiaridades do setor público novas situações são abordadas, conforme abaixo:

a) Registro de Oportunidade no setor público

- i. O Registro de Oportunidade é obrigatório para qualquer negociação;
- ii. Para que sejam concedidos descontos adicionais, será necessário um registro de oportunidade aprovado em nome do canal;
- iii. Para os casos de adesão por Órgãos não Participantes (caronas), cada adesão é considerada uma nova oportunidade de negócio. É obrigatório que o canal que está conduzindo a prospecção daquele órgão específico faça um novo Registro de Oportunidade (RO). Dessa forma, o prime será garantido apenas para o CNPJ do órgão não participante aprovado naquele RO específico, não se estendendo automaticamente às demais adesões da mesma Ata.
- iv. Descontos concedidos terão a validade expirada no final do quarter em que o desconto foi criado, não podendo ser utilizado como base para o quarter subsequente. Caso o pedido de compra não seja enviado dentro do quarter em que o desconto foi aprovado um pedido de revalidação ou novo desconto será necessário.
- v. Processos com coparticipação de entes públicos diversos: Caso seja publicado um processo de registro de preços contemplando múltiplos órgãos (copartícipes), a Kaspersky reconhece que o esforço de prospecção e desenvolvimento técnico primordial ocorreu junto ao Órgão Gerenciador da Ata. Portanto, todos os demais registros de oportunidade para órgãos participantes serão suspensos, sendo o detentor do RO aprovado para o Órgão Gerenciador o único canal com status de "Prime" para o escopo original do processo. Situações excepcionais poderão ser avaliadas e validadas exclusivamente pela Diretoria da Kaspersky Brasil.

b) Condições para Adesão à ARP (Carona)

- I. Manutenção da escala de preço: O desconto aplicado na licitação original só poderá ser mantida caso a adesão seja feita nas mesmas condições do processo original, no entanto não é uma obrigatoriedade, devendo o parceiro validar com a Kaspersky os descontos aprovados para cada oportunidade individualmente, conforme disposto no item 7, alínea "a", inciso III.
- II. Aumentos na lista de preços: Ocorrem por iniciativa da Kaspersky Brasil ou Head Quarters e são práticas comuns no mercado. Eventuais aumentos serão repassados para a distribuição e consequentemente aos parceiros.

- III. Pedidos de adesão (carona): Para os casos de adesão às atas de registro de preços (ARP) de órgãos não participantes do certame original será necessário um novo registro de oportunidade. Dessa forma, o canal não detentor da ata deve se ater à sua própria base de clientes para a oferta da ata de registro de preços ou ter um registro de oportunidade aprovado e válido. Caso a ata seja ofertada a ata para clientes distintos desses cenários, não haverá desconto adicional ou desconto de categoria, devendo o parceiro pagar o valor de não prime ou negociar com o detentor do prime atual para que possa se beneficiar de descontos adicionais e o seu desconto de categoria.

c) Consequências de negligência em processos no setor público

- I. Caso o canal com o status de Prime não participe do processo licitatório este poderá perder o status de Prime e ainda ser punido conforme item 10.
- II. Caso o canal prime seja desclassificado por negligência ou tenha responsabilidade no fracasso de um processo licitatório, este poderá ser penalizado conforme item 10 da presente política.

8 - Premissas

- a) A Kaspersky concede condições especiais e exclusivas ao Prime de uma oportunidade com a contrapartida de que este canal efetivamente ofertará única e exclusivamente soluções Kaspersky para esta oportunidade. Isto é, apesar da Kaspersky não exigir exclusividade entendemos como uma infração grave a “blindagem” de um cliente para oferta de soluções concorrentes.
- b) Informações comerciais, condições especiais, negociações exclusivas, dados de clientes devem ser tratados com absoluta confidencialidade por todos os envolvidos.
- c) Caso um cliente final não tenha R.O. atrelado e pedir cotação abertamente no mercado e observarmos tentativas de RO de parceiros distintos na mesma semana, nos reservamos o direito de equalizarmos os descontos para todos os parceiros, entendendo que nenhum parceiro trabalhou na oportunidade previamente, conforme disposto no item 1, alínea “D”.
- d) Quaisquer descontos comerciais dados pela Kaspersky para uma oportunidade, incluindo promoções e descontos adicionais, mas não limitados a estes, deixam de ser válidos ao final de um trimestre comercial (Jan-Mar (Q1), Abr-Jun (Q2), Jul-Set (Q3) e Out-Dez (Q4)). Caso a oportunidade não tenha se concretizado dentro do período, o canal deve revalidar os descontos.
- e) Todas as cotações de preços, devem ser solicitadas junto ao distribuidor, para que se possa assegurar a inclusão da devida tributação evitando desta maneira erros e prejuízos por preços que não consideram os impostos corretos para cada cenário.
- f) A Kaspersky possui uma gama de serviços de alta qualidade para garantir tecnicamente a implantação, manutenção, suporte, melhores práticas e proteção de seus clientes, garantindo a satisfação do cliente com a marca e por esse motivo incentivamos a contratação de serviços como suporte, resposta a incidentes e Health Check da Kaspersky de modo a garantir que o cliente tenha o suporte afim de evitar erros de configuração e que tenha o suporte adequado de acordo com o perfil de cada cliente.

9 - Processamento de pedidos

- a) Todos os pedidos corporativos no Brasil passam por uma verificação de Compliance efetuado em nossa matriz, podendo isso atrasar a entrega das licenças.
- b) O fluxo do pedido se mantém o mesmo: Revenda -> Distribuidor -> Sistema Pedidos Kaspersky -> Verificação de Compliance -> Confirmação do Pedido.
- c) Caso o pedido tenha alguma inconsistência que exija maiores informações por conta da área de Compliance, o distribuidor será informado por e-mail e terá até 5 dias para fornecê-las. Os pedidos não serão confirmados até que a área de Compliance esteja satisfeita.
- d) Some-se a isso que, uma vez que o pedido seja entregue no distribuidor, ele provavelmente irá passar primeiro por uma análise de crédito do mesmo, podendo novamente atrasar a entrega das licenças.
- e) Pedidos recebidos perto ou no final do mês, devido aos motivos listados nas alíneas acima (a -d), poderão ter a sua data de processamento e entrega da licença ocorrendo apenas no mês subsequente. Portanto, é importante antecipar ao máximo os pedidos. Evitando assim que um cliente fique algum período descoberto por conta de uma licença vencida ou que a revenda fique sem atingir a meta de rebate,
- f) Promoções serão válidas somente até as datas definidas em comunicados oficiais e para os pedidos recebidos e processados pela Kaspersky. Pedidos em caráter promocional que não respeitarem os prazos de análise de crédito ou quaisquer outros trâmites, não recebidos pela Kaspersky em horário comercial, não serão processados, deixando a cargo do revendedor a responsabilidade de honrar tais condições.
- g) Pedidos de compra somente serão aceitos com os dados completos do usuário final, da mesma maneira que o registro de oportunidade. Não serão aceitas ordens de compra onde nas informações do usuário constarem dados da revenda tais como nome, e-mail e telefone exceto para os casos específicos de provedor de serviços.
- h) Os descontos serão atribuídos ao distribuidor associado ao Registro de Oportunidade e somente este terá as condições acordadas, podendo a troca de distribuidor ocorrer (mantendo as condições negociadas) somente no caso deste recusar o pedido ou estar de acordo com a mudança ou ainda tiver aprovação por escrito da Kaspersky para que ocorra a mudança do distribuidor. Não será possível fazer "leilão" entre os distribuidores, devendo o canal ser firme com o distribuidor que seguirá em um processo.



10 - Penalidades

Os canais estão sujeitos às seguintes penalidades de acordo com a gravidade ou reincidência em práticas não recomendadas:

- a) Notificação formal.
- b) Suspensão parcial ou total de rebates ou verba de marketing.
- c) Suspensão temporária do acesso ao Portal de Parceiros.
- d) Rebaixamento de categoria.
- e) Cancelamento do Prime das renovações vigentes.
- f) Descredenciamento do programa de canais.

A Kaspersky solicita que os canais enviem mensalmente um arquivo contendo informações sobre o pipeline de vendas para entender, de forma clara, a evolução das oportunidades

A partir desta informação a Kaspersky fará uma análise dos pontos fortes e fracos e pensar em ações que tornem a possibilidade de conversão mais produtiva e assertiva. A partir do pipeline de vendas, será possível realizar um mapeamento do processo de vendas e determinar indicadores para potencializar sua conversão. É importante ressaltar que as vantagens conseguidas pelo pipeline de vendas estão diretamente ligadas à qualidade da informação e sua coerência com os processos de vendas do canal.