

MANUAL DE BOAS PRÁTICAS | AGEV.ORG

A Associação de Gestão de Despesas de Veículos tem por objetivo o desenvolvimento sustentável da atividade de Gestão de Despesas de Veículos, a cooperação com o governo para o cumprimento e aperfeiçoamento da legislação vigente e a fixação de diretrizes sobre condutas éticas e de responsabilidade social que regem o setor, para adoção pelas empresas que atuam neste segmento. As empresas associadas elaboraram um manual de boas práticas, a ser seguido e observado pelas empresas membros da Associação.

Relacionaremos a seguir as boas práticas a serem seguidas pelas empresas associadas e seus clientes, desde a oferta dos serviços pelas empresas associadas e das manifestações de interesse em contratar os serviços pelas empresas contratantes, até o término de vigência dos contratos firmados.

1. O relacionamento entre as partes deve ser pautado nos princípios de transparência, segurança e confiança mútua, a fim de que a prestação de serviços cumpra os objetivos previstos em contrato.
2. A oferta de prestação de serviços deve trazer todas as informações necessárias à tomada de decisão.
3. As RFP devem conter informações claras e não direcionadas, para que os interessados possam delas participar em igualdade de condições com seus concorrentes.
4. Considerando as características da prestação de serviços de gestão de despesas de veículos, os interessados na contratação de serviços de gestão de frotas devem procurar não tomar por base unicamente o menor preço, mas avaliar o quesito técnico em conjunto com o preço para a tomada de decisão.
5. As empresas associadas devem manter um equilíbrio entre suas despesas e receitas, para garantir o cumprimento das obrigações estabelecidas no contrato e o cumprimento de sua função social. As partes devem solicitar todos os documentos necessários para a avaliação das condições societárias, legais, fiscais, financeiras e econômicas dos envolvidos nos processos de RFP e licitações.
6. As partes devem manter em sigilo as informações confidenciais das empresas contratantes, contratadas e participantes dos processos de RFP e licitações, não as divulgando a terceiros, sendo recomendada a assinatura de acordos de confidencialidade para esse fim.
7. A empresa promotora da RFP e os respectivos participantes devem estabelecer relações de cordialidade e respeito durante todo o processo de contratação, devendo a empresa promotora informar à empresa ganhadora e às demais empresas de sua decisão.

8. As informações confidenciais e de propriedade intelectual deverão ser disponibilizadas por escrito por meio de protocolo de recebimento pela parte receptora. A parte receptora das informações deverá devolvê-las à parte divulgadora nos prazos por eles definidos e manter sigilo sobre estas.

9. A proposta deve preservar o conteúdo das negociações preliminares e deverá conter o nome das partes, condições acordadas, preço, condições de pagamento e prazo de validade, assinatura e rubrica do proponente, aceitação do proposto e integrar o contrato como anexo.

10. As empresas associadas devem ter propostas e contratos padronizados, documentos societários e certidões atualizadas, para facilitar o processo de contratação.

11. As empresas associadas devem exigir das empresas contratantes documentos societários e certidões atualizadas.

12. Os contratos devem ser assinados e arquivados antes do início da prestação dos serviços e devem ser observados elementos essenciais: (i) data de assinatura, (ii) poderes do representantes para assinatura, conforme documentos societários ou procurações; (iii) assinatura das partes e (iv) assinaturas de duas testemunhas.

13. O prestador de serviços pode fazer constar em seu site e em sua proposta comercial o nome e/ou a marca do contratante, desde que por ele autorizado por escrito.

14. Durante a prestação de serviços, as partes devem manter relações pautadas nos princípios de transparência e segurança mútua, sendo que todo e qualquer fato novo que venha modificar positiva ou negativamente a prestação de serviços deve ser informado de imediato à outra parte, para que não haja prejuízo ou solução de continuidade dos serviços.

15. Durante todo o relacionamento comercial e de prestação de serviços, as partes devem ter atitudes voltadas não só ao cumprimento de obrigações contratuais e das normas morais, mas também à responsabilidade social, à preservação do meio ambiente e à comunidade.