



Código de Conduta

Zoop



Seja muito bem-vindo(a) ao foguete Zoop! Com toda nossa experiência navegando por aí, reunimos neste documento informações importantes para que você compartilhe esse trajeto conosco de forma segura e divertida.

Seja você um(a) Zooper, cliente, fornecedor(a) ou prestador(a) de serviço, este Código de Conduta servirá durante toda a sua viagem conosco como uma verdadeira bússola!

Vamos lá?

Tenha uma boa viagem!



Antes de embarcarmos de verdade, nosso CEO Fabiano Cruz gostaria de deixar uma mensagem para você:

Este Código de Conduta é um importante instrumento de governança da Zoop. Ele foi criado para que todos os(as) Zoopers, parceiros(as), clientes e fornecedores(as) pratiquem e repliquem, no dia a dia, as diretrizes estabelecidas que estão alinhadas com os valores e objetivos da Zoop.

Entendemos que com o apoio de todos vamos fortalecer condutas comportamentais que sejam pautadas no bom senso, transparência e verdade, que certamente ajudarão na sustentabilidade da Companhia e no alcance do nosso sonho grande, atraindo e impulsionando parceiros(as) que estejam em sintonia com os padrões éticos da companhia.

Um abraço,

Fabiano Cruz

Sumário

01 Nosso combustível

02 O que esperamos da nossa tripulação

- 2.1 Direitos Humanos
- 2.2 Diversidade e Inclusão
- 2.3 Responsabilidade com os ativos
- 2.4 Segurança da informação
- 2.5 Privacidade e proteção de dados
- 2.6 Relação com os concorrentes
- 2.7 Relacionamento com o Setor Público
- 2.8 Prevenção à Lavagem de Dinheiro
- 2.9 Doações e Patrocínios
- 2.10 Conflito de Interesses
- 2.11 Brindes, Presentes e Entretenimento
- 2.12 Refeições de Negócio
- 2.13 Atividades e contribuições políticas
- 2.14 Manifestações religiosas
- 2.15 Redes sociais
- 2.16 Contato com a Imprensa
- 2.17 Assédio Sexual
- 2.18 Assédio Moral

04 Quem procurar caso você precise de ajuda?

05 Transparência

06 O que esperamos de terceiros(as) que se relacionam com a Zoop

Acesse em
qualquer página



Nosso combustível



Orientação por resultados

Nosso propósito e nossa estratégia são o nosso norte. E o caminho se constrói com resultados consistentes. Somos um agente de mudança que impacta as pessoas e o mercado. E essa transformação é concretizada quando clientes, parceiros(as), consumidores(as) e investidores(as) recebem e percebem o valor de nossos serviços e produtos. Por isso, toda decisão é tomada em busca de gerar resultado para todo ecossistema e, por consequência, para a Zoop.



Ousadia

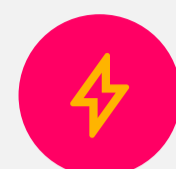
Nascemos ousados(as) e isso está em nossa essência. Nos orgulhamos em dizer que temos alma de startup, justamente por acreditar que isso nos mantém relevantes e inovadores. Somos inconformados(as) com a realidade presente e sabemos da nossa capacidade de transformá-la. De maneira consciente e responsável, conduzimos movimentos audaciosos que modificam o status quo. Não há nenhuma regra ou condição que não possamos questionar para buscar alternativas que nos façam chegar onde queremos.



Pertencimento

Somos muito mais que uma empresa qualquer. Sabemos disso porque aqui as pessoas estão no centro de tudo o que fazemos. Os resultados e transformações que alcançamos vão muito além dos números da Zoop. Eles são fruto da nossa conexão e cuidado mútuo que construímos ao longo do tempo. Frente aos desafios, nos unimos e trabalhamos juntos, de maneira colaborativa e respeitosa. Um ambiente positivo, diverso e aberto é inegociável.





Responsabilidade

Cada pessoa na Zoop é parte atuante nos resultados que obtemos. Cientes disso, tomamos decisões conscientes assumindo responsabilidades como um todo. Nossa atuação permeia contextos complexos relacionando pessoas com tecnologia, finanças e regulamentação. Essa composição é o que nos faz relevantes e ao mesmo tempo exige que cada pessoa tenha uma compreensão sistêmica do impacto de suas decisões. Portanto, para que a nossa estratégia e nossos objetivos se realizem, é fundamental olhar o todo e a forma como tudo interage. Sem isso, corremos o risco de sermos imprudentes.



Superação

Somos uma rocha! Fazemos parte de um mercado acirrado, com grandes players e alto grau de regulamentação. Logo, transformá-lo exige muita força de vontade, resistência e foco no propósito maior. O(a) Zooper embarca nessa jornada sabendo que não será fácil e haverá pressão, mas a superação é algo que está na nossa cultura e na nossa história. Sabemos olhar positivamente para as situações, nos adaptando e ajustando a rota sem deixar a peteca cair.”



Excelência com os (as) clientes

Toda empresa depende de clientes e a Zoop não é diferente. Para irmos além, precisamos focar verdadeiramente nas necessidades deles(as), construindo soluções que façam sentido e que os(as) empoderem. Não nos contentamos com pouco. Nossa barra está sempre alta e fazemos de tudo para que a experiência Zoop seja excelente. Nos aproximamos de nossos(as) clientes de forma genuína, sejam internos ou externos, compreendendo suas realidades e entregando valor para todos e todas.



02

O que esperamos da nossa tripulação

02

O que esperamos da nossa tripulação

2.1 Direitos humanos

A Zoop não pratica e não apoia qualquer espécie de trabalho infantil ou escravo! Somos uma empresa integralmente dedicada aos direitos humanos e, por isso, também não aceitamos nos vincular com empresas e pessoas que possuam esse tipo de histórico ou prática ilegal.

O compromisso com os direitos humanos é, inclusive, uma obrigação que impomos e nos comprometemos via contratual com fornecedores e parceiros.

2.2 Diversidade e Inclusão

Você já ouviu dizer que uma empresa diversa é uma empresa bem-sucedida? Não, não fomos nós que criamos essa frase. Foi a ciência! Estudos apontam que as companhias que têm cultura voltada à igualdade não têm medo de errar para inovar, exatamente o que buscamos!



Pessoas com experiências de vida diferentes tendem a produzir soluções mais inovadoras, uma empresa mais feliz, e, por isso, queremos ser um espaço acolhedor para todos e todas!

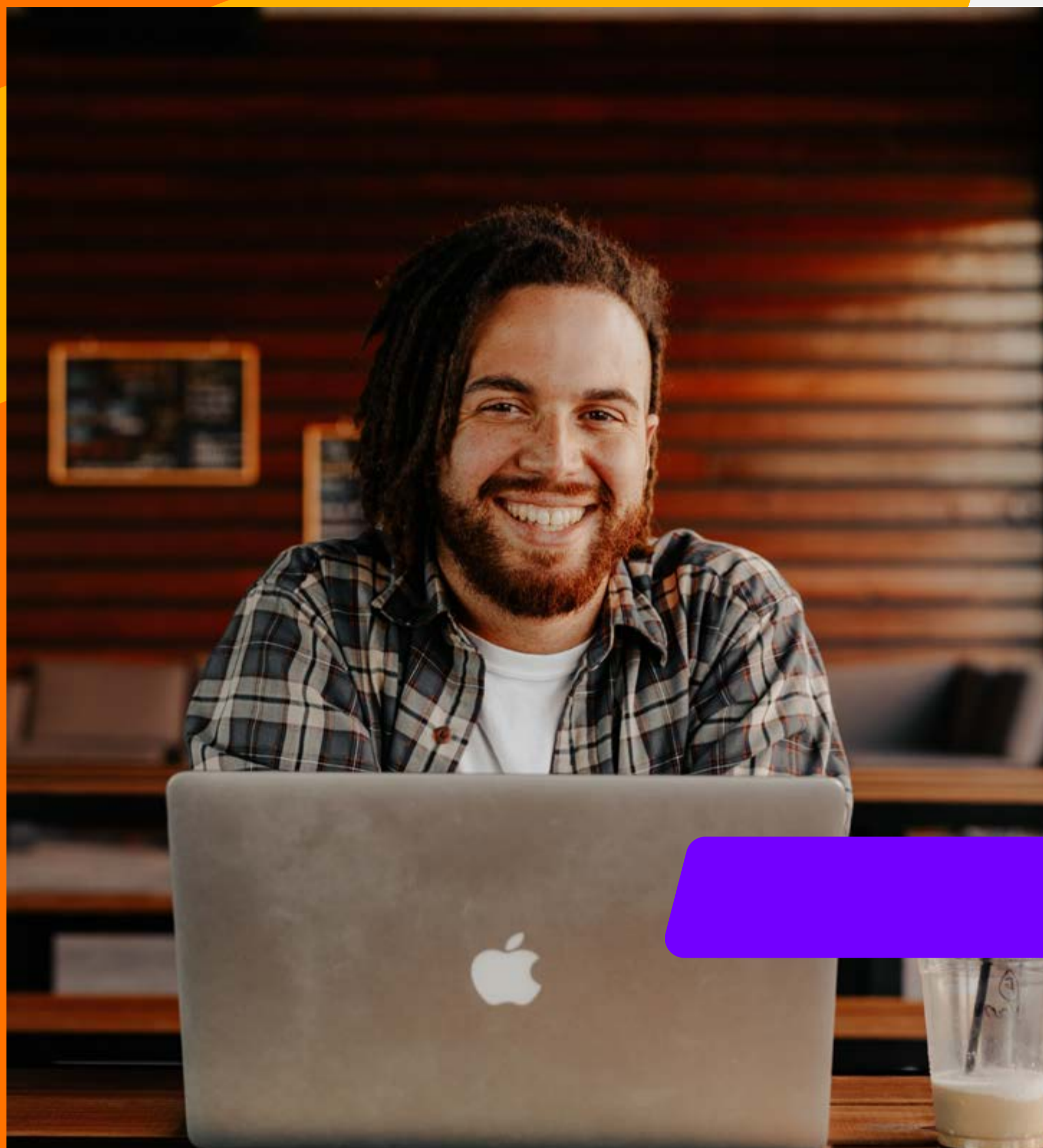
Aqui temos os **grupos de afinidade** da Zoop, espaços voltados para promoção de diálogos sobre diversidade e um local seguro para grupos minorizados. Caso queira participar de um deles, você pode procurar o nosso Time de Gente.

Mas para ser diverso não basta contratar pessoas de gêneros, origens sociais e etnias distintas – precisamos praticar a inclusão!

O que fazemos para sermos mais inclusivos(as)?

Combatemos a desigualdade salarial, e por isso, pagamos remuneração e benefícios justos e equilibrados, independentemente da identidade de gênero, de acordo com as disposições das leis trabalhistas brasileiras e as melhores práticas no tema. Nossos(as) Zoopers são informados(as) em detalhes e com clareza sobre salários e benefícios antes e durante o vínculo empregatício com a Zoop.

Respeitamos a identidade e a maneira como as pessoas desejam ser chamadas (nome social) em tratamento oral, como em reuniões e ligações de trabalho, e via administrativa, por meio de documentos oficiais.



Para além das ações internas, a empresa possui uma área dedicada à responsabilidade social com o objetivo de auxiliar no **crescimento sustentável da empresa e da comunidade**, sempre com respeito ao meio-ambiente, às pessoas e ao planeta como um todo. Buscamos resolver os desafios sociais por meio de parcerias e filantropia e, em tempos de crise, apoiando as comunidades onde atuamos.

O que podemos fazer para sermos mais inclusivos(as)?

O(a) Zooper que contribui para um ambiente inclusivo procura ativamente por aprendizado, lê sobre o tema, participa das ações do time de Diversidade, busca conversar com pessoas diversas, se conscientiza de seus vieses, e em caso de dúvidas, **escolhe sempre ouvir**. O diálogo e o respeito são pontos fundamentais na construção de um ambiente inclusivo.

Para alcançar a igualdade de oportunidades, reconhecemos que, para serem tratadas com justiça, às vezes as pessoas precisam ser tratadas de maneira diferente. Por exemplo, uma pessoa com deficiência pode precisar de adaptações em seu ambiente de trabalho e é nosso papel entender e buscar alternativas em casos como esses.

Líderes

Uma liderança inclusiva utiliza da sua posição para fomentar inclusão. Proporciona oportunidades **iguais para todos(as)** no recrutamento, contratação, treinamento, promoção e remuneração. Conversa com outros(as) líderes sobre o assunto, dá suporte ao time de Gente nas ações de recrutamento para diversidade, promove um onboarding inclusivo, faz uma avaliação de desempenho justa (sem vieses), promove treinamentos de diversidade e **prioriza candidatos(as) diversos(as) para seus times**, tornando o tema realmente estratégico para a companhia.

2.3 Responsabilidade com os ativos

Você já ouviu falar no tal de “Senso de Dono(a)”? O “Pertencimento” ao qual nos referimos ali em cima. Isso quer dizer que **você deve cuidar dos ativos da empresa como se fossem seus**, sempre com transparência.

“Ativos da empresa” incluem não só os materiais de trabalho que você vai receber, como computadores, cadeiras e demais objetos, mas também as informações obtidas nas suas atividades, seu tempo e sua dedicação no horário de trabalho!

Responsabilidade significa, ainda, registrar de forma precisa as demonstrações contábeis e quaisquer informações financeiras que você tenha contato na Zoop, para que consigamos repassar esses dados aos Reguladores, administradores e acionistas de forma adequada e transparente.

Qualquer problema com os ativos da Zoop pode ser relatado para o Time de Facilities.





2.4 Segurança da informação

Como você aprendeu até aqui, somos uma empresa de tecnologia, um foguete, e não poderia ser diferente: o volume de informações que trafegam no ambiente da Zoop é cada vez maior!

Quer nos ajudar a proteger nossa rede de informações?

Primeira dica

Preste atenção à confidencialidade das informações.

Dados pessoais de clientes e colaboradores(as) e dados financeiros como número de cartão, por exemplo, **são confidenciais até para outros(as) Zoopers.**

Políticas e procedimentos das áreas, por outro lado, não são confidenciais, mas costumam ser exibidos apenas para uso interno.

Documentos criados para o **público em geral**, como boletins informativos, encartes promocionais, comunicados de imprensa, publicações em redes sociais, dentre outros, são considerados públicos por natureza.

Mas Segurança da Informação vai muito além de confidencialidade:

Sabe aquele e-mail escrito em portunhol anunciando que você herdou toda a fortuna de um príncipe árabe e só precisam dos seus documentos para transferir o dinheiro?

Vamos te contar um segredo: dinheiro não cai do céu.

É cilada, bino!

Nesse caso, a cilada tem nome: **phishing**. São os **e-mails com códigos maliciosos** que tentam roubar informações, causar danos, alterações, bloqueio de acessos ou até mesmo a destruição das informações, tornando-as irrecuperáveis.

Vigie sempre a sua sombra. **Desconfie de mensagens que apresentem links, ofereçam vantagens, reportem pendências financeiras ou jurídicas, exigindo confirmação de dados e senhas bancárias.** Mesmo que encaminhados por conhecidos, podem ser tentativas de fraude, sobretudo quando você recebe essas mensagens no e-mail corporativo!





Para continuar protegendo nosso foguete, atenção às regras a seguir. Você é o(a) guardião(ã) dos nossos dados!

01 Evite utilizar redes de wi-fi públicas, em especial com os computadores de trabalho.

02 Não instale softwares piratas (como o famoso torrent) no computador de trabalho, pois pode conter vírus e códigos maliciosos.

03 Não use os recursos da empresa, como os computadores, para acessar conteúdos antiéticos ou não profissionais, como pornografia ou conteúdos violentos e preconceituosos.

04 Não armazene informações de propriedade ou responsabilidade da Zoop em dispositivos particulares, como pendrive, smartphones entre outros – e se seu pen drive queima com todos os arquivos da empresa? Imagina o desespero!

05 Guarde os arquivos digitais sempre na nuvem para ter acesso caso seu computador dê problema. Quanto aos documentos físicos da empresa, sempre os proteja com unhas e dentes, em gavetas trancadas e armários!

06 Não preencha o silêncio constrangedor com o(a) vizinho(a) no elevador com papos sobre estratégias comerciais da Zoop ou informações confidenciais da empresa. É sempre importante lembrar de manter sigilo sobre as informações que você obtém aqui!

07 Salvo em casos excepcionais e de forma reservada, suas senhas não devem ser compartilhadas com outras pessoas

08 Não copie, transmita ou distribua informações da empresa externamente, nem utilize material e conteúdo interno para fins pessoais sem a aprovação formal da Diretoria. Isso inclui informações como dados e conhecimentos técnicos, desenhos, sistemas, métodos, software, processos, listas de clientes, programas, marketing e/ou informações financeiras, dentre outras.



2.5 Privacidade e proteção de dados

Considerando nosso papel de guardiões(ãs) dos dados, você sabia que **não podemos usar e armazenar os dados dos(as) nossos(as) Zoopers, fornecedores(as) e clientes da forma que bem entendermos?**

Pela Lei Geral de Proteção de Dados, **só podemos utilizar os dados pessoais para as finalidades que combinamos no início e sempre de forma ética e razoável.** Em linguagem popular: “o combinado não sai caro!”

Se combinamos com um(a) determinado(a) cliente que só utilizaremos suas informações para controle interno, por demanda regulatória, por exemplo, não podemos compartilhar esses dados com terceiros com outros objetivos.

Sempre que pensar em compartilhar as informações pessoais com outras empresas, reflita: **isso é realmente necessário?**

Pense no quão chato é quando você faz um cadastro para comprar algo pela internet e depois recebe um caminhão de SMS's de empresas aleatórias oferecendo empréstimos, geladeiras, descontos... Isso só acontece porque a empresa na qual você realizou a compra não tratou seus dados com o respeito que deveria.

Devemos armazenar os dados pessoais tão somente pelo tempo necessário para atingir as finalidades para as quais esses dados foram inicialmente coletados, sempre garantindo a segurança das informações e prezando por **manter relações apenas com terceiros que tenham controles de segurança semelhantes ou melhores que os nossos.**

Comunique imediatamente qualquer vazamento ou uso não autorizado de dados pessoais ao responsável pela Privacidade ou ao time de Segurança da Informação.

| **Excelência com os(as) clientes também envolve a proteção dos dados que chegam até nós.**



2.6 Relação com os concorrentes

Toda disputa tem que ser justa. Na Zoop prezamos por uma relação ética com os concorrentes, e, por isso, **as seguintes condutas são vedadas:**

- **Combinação de preços ou condições de mercado com concorrentes**, visando dominar determinado mercado (cartel);
- **Troca de informações sensíveis do negócio com empresas concorrentes ou associações comerciais** (ex. bases de clientes, cálculos de precificação e também dados confidenciais obtidos na relação com a Zoop) – em regra, tudo o que não for disponibilizado ao mercado em geral é informação sensível!
- **Qualquer conduta que vise prejudicar concorrentes ou consumidores**, como venda casada ou preços predatórios;



2.7 Relacionamento com o Setor Público

Você já deve ter percebido que na Zoop a ética impera! Com o Poder Público, isso não seria diferente, não é mesmo?

Aqui, é comum que o Time Regulatório fique responsável pelo contato com o Banco Central do Brasil (“Bacen”) para cadastros, envio de documentos e informações e procedimentos necessários para que as atividades da Zoop sejam autorizadas e sejam desempenhadas corretamente. No entanto, outras áreas da Zoop também costumam ter relacionamento com o setor público. Por exemplo, o Time Jurídico frequentemente tem interação com órgãos do Poder Judiciário, órgãos administrativos, juntas comerciais, entre outros.

Precisamos de especial cuidado quando estivermos lidando com servidores(as) públicos, e trazemos algumas dicas abaixo, relacionados com a Lei Anticorrupção Brasileira, que podem ser úteis e devem ser seguidas por todos:

- > **Não ofereça ou aceite refeições, presentes, serviços, valores em espécie, favores ou vantagens indevidas ou pagamentos de facilitação para qualquer servidor(a) público,** em especial aquele(a) que eventualmente puder tomar alguma decisão favorável ao nosso negócio (ex. servidores do Bacen, do Poder Judiciário, das Juntas Comerciais, etc). **Essa proibição também vale para terceiros(as) relacionados(as) a essas autoridades,** como familiares, amigos(as) e conhecidos(as).
- > **Busque registrar formalmente todos os contatos e reuniões com o Poder Público,** preferencialmente por e-mail, com um resumo sobre tudo o que foi discutido, e copie o Compliance, o Jurídico ou o time Regulatório para ciência.
- > **Em caso de reuniões presenciais, leve mais de um(a) Zooper** e dê preferência para a sede dos órgãos com os quais você está tendo contato.

Para mais informações sobre esse assunto, procure nossa **Política Anticorrupção.**



2.8 Prevenção à Lavagem de Dinheiro

Você já viu a série Breaking Bad? Se não viu ainda, vale a pena assistir.

Você que já viu vai saber do que estamos falando: Lavagem de Dinheiro é o processo pelo qual valores originados de atividades ilegais são transformados em recursos de origem aparentemente legal.

Exemplo: Um criminoso, após obter recursos oriundos de crime (ex. fraude), abre um estabelecimento que lida com muito dinheiro em espécie, como um restaurante. O dinheiro sujo entra na conta corrente da empresa como tendo sido obtido de forma legal, em forma de receitas falsas.

Para evitar o relacionamento com empresas e/ou pessoas físicas que pratiquem tais atos de lavagem de dinheiro, ou mesmo que sejam coniventes com isso, **a Zoop possui um programa de PLD/CFT – Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo.**

Desta forma, **toda contratação de fornecedores(as), empresas prestadoras de serviços e terceirizadas é realizada após um processo de diligência “Know your partner” (KYP) para análises referentes à idoneidade,** integridade e atuação ética dessas partes.

Os parceiros (marketplaces), estabelecimentos comerciais e demais clientes pessoas físicas e/ou pessoa jurídica poderão manter relacionamento com a Zoop somente após aprovação pelo processo de “Know your client” (KYC), que consiste em conhecer a história dos nossos clientes.



2.9 Doações e Patrocínios

- > **“Doação”** é o pagamento ou a transferência definitiva e irreversível de recursos, bens ou serviços para fins de caridade realizada pela Zoop sem nenhuma contrapartida, expectativa ou exigência de obter alguma vantagem, seja comercial ou pessoal, direta ou indiretamente.
- > **“Patrocínio”** é uma contribuição que visa a uma contrapartida para a Zoop, como por exemplo, a exposição da marca em um evento ou beneficiar-se de incentivos fiscais previstos na legislação.

Ambos devem ser realizados de forma transparente, em concordância com a legislação, e esses procedimentos devem ser monitorados, formalizados e aprovados pelo Compliance, pelo Jurídico e demais áreas impactadas, uma vez que devem ser documentalmente formalizados e envolvem também aspectos fiscais/tributários.

Patrocínios ou doações para pessoas físicas, promessas de patrocínios ou doação antes da análise e validação pelo time de Compliance, **patrocínio a eventos culturais que expressem qualquer tipo de preconceito ou projetos associados a temas polêmicos e que impliquem algum tipo de discriminação social, racial ou de gênero, projetos que poluam o meio ambiente ou afetem negativamente a fauna e a flora são vedados pela Zoop.**

Vale a pena ressaltar que **sempre devemos nos relacionar com organizações e ações íntegras e legítimas,** que consigam comprovar as atividades de maneira legal e que não nos ofereça nada indevido em troca. Como já dizia nosso poeta carioca, “Gentileza Gera Gentileza”!

Aqui trabalhamos tendo em mente o lema de um eterno poeta carioca: “gentileza gera gentileza!”

2.10 Conflito de Interesses

Muita gente tem medo do Conflito de Interesses.

Pode gerar demissão? Deve ser escondido? Atrapalha sua promoção na empresa?

O que precisamos deixar claro desde já é que **um potencial conflito de interesses NÃO é proibido**. Na verdade, ele é bem comum, e acontece até com quem escreve esse documento. O ponto chave é que, **existindo, ele deve ser avisado**.

Mas, para que você entenda bem do que se trata, vamos dividir esse conceito em dois: o conflito pessoal e o conflito profissional.

Conflito de interesse pessoal: quando algum relacionamento na sua vida pessoal interfere ou tem o potencial de interferir no seu trabalho, tomada de decisão na Zoop ou mesmo nas finanças da empresa. Falamos grego? Vamos aos exemplos!

Exemplo: Você indica sua irmã, que também é desenvolvedora, para atuar no seu time como subordinada. Você acredita que seria capaz de lhe dar um feedback negativo justo e imparcial, se for preciso? E se por acaso tivesse que desligá-la, isso não abalaria a relação de vocês? E caso decida promover sua irmã, como ficaria sua relação com seu time?





Temos que entender que no ambiente de trabalho tudo é diferente. Precisamos ser profissionais e os mais justos(as) e imparciais que conseguirmos, independentemente das pessoas envolvidas. Quando tem família ou amizade no meio, sabemos que é difícil, né?

Apesar disso, a Zoop sempre está buscando pessoas excelentes, seguindo o nosso lema que é “pense na melhor pessoa com quem você já trabalhou e traga para cá!”. **Pensando nisso, listamos algumas orientações para você evitar dilemas éticos nas suas indicações ou contratações:**

01

Veja as vagas abertas na empresa e formalize sua indicação por meio da plataforma oficial disponibilizada pelo Time de Gente da Zoop;

03

Não participe de processos seletivos como entrevistador(a) quando o candidato(a) for sua indicação;

02

Não indique pessoas muito próximas para o mesmo time que você está, em especial nas situações em que você ocupará uma posição de liderança em relação a essas pessoas;

04

Se a pessoa indicada por você for contratada para um time próximo, ou que de alguma forma esteja relacionada com a sua avaliação de desempenho, comunique aos times de Gente e Compliance da Zoop.

A comunicação é a chave!

Mas e o conflito de interesses profissional? Quando acontece?

Conflito de interesse profissional: ocorre quando você tem algum investimento ou renda extra, no seu tempo livre, que pode afetar suas atividades na Zoop. O famoso “bico” ou “freelancer”.

Você é do time de branding (marketing) da Zoop. Tem dez anos de experiência no setor e uma ótima relação com as empresas pelas quais passou nos últimos tempos. Repentinamente, é convidado por sua última gestora a ser sócio(a) de uma agência de publicidade voltada especificamente para o setor de instituições de pagamento, considerando sua expertise. Já pensou se uma concorrente da Zoop contrata sua agência para criar uma marca mais agressiva no mercado, com o objetivo de aumentar as vendas? Seria um conflito claro de interesses com o objetivo da Zoop: o crescimento do concorrente, nesse caso, significaria possíveis perdas financeiras para a Zoop, que é a empresa que de fato é sua contratante.



Entendemos que todas as pessoas eventualmente precisam de uma renda extra, e em algumas situações isso é totalmente compreensível e permitido, mas, **quando esse trabalho é feito para empresas concorrentes** ou sua renda vem de empresas que possuem relação com a Zoop ou com o Grupo ao qual a Zoop pertence, bem como fornecedores e parceiros, **há um conflito de interesses claro e que precisa ser resolvido.**

Como fazer para evitar conflitos de interesses profissionais? Vamos lá:

- 01** Se você atuar como “freelancer” em consultorias ou empresas fornecedoras de serviços, não feche contratos com empresas concorrentes ao negócio da Zoop, ou seja, que atuam da forma como descrevemos no início deste Código;
- 02** Não dê vantagens a terceiros de sua preferência pessoal com os recursos da empresa;
- 03** Não faça ou peça favores em nome da Zoop para empresas relacionadas ao nosso negócio, como parceiros(as) e fornecedores(as), de forma que não se crie nenhum tipo de obrigação posterior que seja prejudicial à empresa;
- 04** Não se aproveite de oportunidades de negócio de forma pessoal – se determinada condição comercial é oferecida à Zoop, é apenas para a Zoop;
- 05** Comunique dúvidas e conflitos de interesse pelo e-mail compliance@zooop.com.br

É importante ressaltar que investimentos externos precisam ser previamente aprovados pela equipe de compliance.

Por exemplo, interesses financeiros em concorrentes, fornecedores, clientes, etc, e também posições fora da Zoop (por exemplo, assessoria, consultoria ou outro trabalho – remunerado ou não).




2.11 Brindes, Presentes e Entretenimento

Uma situação bem corriqueira nas empresas, em especial as de tecnologia, é o **recebimento de presentes, brindes ou pequenos “agrados” por parte de fornecedores(as) ou parceiros(as) de negócios**. Quando a outra parte tem boas intenções, o objetivo é agradecer a parceria bem-sucedida com a Zoop.

Mas é preciso pensar no outro lado. Receber favores, valores em espécie ou presentes pode representar uma **tentativa de influenciar seu julgamento na empresa**, mesmo que você não perceba.

Exemplo: Você trabalha no time de Segurança da Informação em São Paulo, e determinado fornecedor de serviço em nuvem quer fazer uma demonstração do produto. Envia passagens para você, seu marido e seus filhos, com uma semana paga em um conhecido resort na cidade de Búzios, no Rio de Janeiro. A demonstração acontecerá em determinada noite no resort, enquanto as outras diárias foram pagas para o seu lazer e da sua família. Quando você tiver que escolher entre essa generosa empresa e uma que enviou apenas uma proposta comercial por e-mail, qual parecerá mais atrativa?



Não se julgue: qualquer um pensaria na empresa do resort como mais simpática, mesmo que a proposta, sob o ponto de vista financeiro e qualitativo, não seja tão boa.

Essa é a tendência do pensamento humano – favorecer aqueles que nos favorecem. Afinal, como dizia Maquiavel: “aos amigos, favores; aos inimigos, a lei”.

E é por isso que precisamos ter cuidado!

Nem sempre a empresa que nos agrada pessoalmente é o melhor negócio para a Zoop.

Para evitar essa “sinuca de bico”, pedimos o seguinte:

01

Recuse educadamente quaisquer favores, presentes ou outros “agrados” de grande porte que fujam do habitual quando se trata de empresas fornecedoras, prestadoras de serviço e/ou terceirizadas já contratadas ou em processo de contratação/ formalização de contrato ou captação de parceiros(as)/ estabelecimentos comerciais/demais clientes pessoas físicas, como **viagens com tudo pago, alimentos e bebidas luxuosas, ingressos para shows ou jogos de futebol, etc;**

02

Quando o processo for de contratação, apenas aceite brindes de pequeno valor e que estejam diretamente relacionados aos produtos e serviços oferecidos pela empresa em questão (ex. demonstração de canecas);

03

Brindes acima de R\$ 200,00 (duzentos reais) devem ser entregues para o Time de Gente sortear para toda a empresa;

04

Evite que preferências pessoais, por qual motivo for, afetem sua decisão de fechar com determinado(a) fornecedor(a) ou parceiro(a);

05

Recuse, sob qualquer hipótese, **valores em espécie** (dinheiro).



2.12 Refeições de Negócio

Ok, você provavelmente já entendeu que deve analisar com cuidado sua relação com empresas fornecedoras, prestadoras de serviços, terceirizadas, parceiros(as), estabelecimentos comerciais e demais clientes pessoas físicas, recusar presentes ou convites de entretenimento e evitar qualquer tipo de decisão comercial influenciada... (ufa!), mas e as refeições de negócio?

Desde que com contexto, o(a) Zooper pode ter refeições com fornecedores(as), prestadores(as) de serviços, terceirizados(as), parceiros(as), estabelecimentos comerciais e demais clientes pessoas físicas, com as seguintes condições:

01

Cada parte deve pagar a sua despesa, ou seja, não podemos aceitar que parceiros(as), estabelecimentos comerciais e demais clientes pessoas físicas pague as despesas do(a) Zooper;

02

O pagamento para parceiros(as), estabelecimentos comerciais e demais clientes pessoas físicas somente poderá ser realizado pela Zoop se for aprovado previamente pela Diretoria da Zoop;

03

Você deve preferencialmente convidar mais um(a) Zooper para acompanhar na refeição;

04

Os participantes não sejam agentes públicos ou pessoas politicamente expostas com poder para influenciar decisões governamentais ou de negócios.



2.13 Atividades e contribuições políticas

As pessoas constantemente manifestam seus posicionamentos, tanto em redes sociais como no dia a dia. É normal que, durante almoços, conversas ou momentos de descontração, todos comentem sobre fatos políticos que ocorreram recentemente.

Os(As) Zoopers, no seu tempo livre, devem se sentir à vontade para apoiar seus(as) candidatos(as), partidos políticos ou opiniões, mas não devem associar a imagem da Zoop a nenhum desses(as), pois a Zoop não apoia ou financia nenhum partido ou candidato(a) político(a).

Além disso, é importante que todas as interações entre os(as) Zoopers sejam pautadas com base na ética, no respeito e no espírito de equipe. Lembre-se que **devemos conversar sempre de forma equilibrada**, respeitando o ponto de vista da outra parte.



2.14 Manifestações religiosas

Na Zoop, respeitamos as pessoas como uma regra inegociável e valorizamos todas as orientações religiosas.

Os(As) Zoopers são livres para exercer sua fé, ou a ausência dela, da maneira que for mais conveniente.

No entanto, para manter o respeito e o tratamento igualitário entre todos(as) os(as) Zoopers, pedimos que **não ocorram manifestações religiosas durante o horário de trabalho** ou mesmo dentro do ambiente de trabalho, seja ele presencial ou virtual.





2.15 Redes sociais

Quando você está nas redes sociais, não está no Mundo Invertido de Stranger Things!

As redes sociais são um ambiente como outro qualquer, e, por isso, é **o respeito e a civilidade que devem guiar suas publicações, comentários e conversas.**

Na sua vida particular, você é livre para postar as fotos, vídeos e opiniões que desejar, lembrando-se sempre de que:

Não deve fazer pronunciamentos em nome da Zoop;

Não deve divulgar nenhum tipo de informação estratégica da organização ou produto sem permissão;

Não deve associar suas opiniões pessoais ou políticas à empresa;

Não deve criar perfis, comunidades e páginas relacionadas ao negócio da Zoop;

Redes sociais, incluindo aplicativos de troca de mensagens instantâneas, não são e não devem ser utilizadas como a forma oficial de comunicação na Zoop; oficial de comunicação na Zoop;

Cuidado com a selfie mostrando o computador, painel e outros documentos!

Deve ser sempre respeitoso(a);

Fotos no escritório da Zoop ou mesmo perto do seu ambiente de trabalho, em casa, não devem conter informações confidenciais da empresa.

Sempre que tiver dúvidas sobre alguma publicação ou comentário, reflita “será que o que eu estou postando pegaria bem para mim e para a empresa se passasse no Jornal Nacional?”.

Seja na internet o que você é na vida real.



2.16 Contato com a Imprensa

Para garantir a consistência e qualidade da imagem da Zoop no ambiente externo, **o papel de falar em nome da empresa, bem como o relacionamento e o atendimento à imprensa, são de responsabilidade do time de Marketing** e dos(as) executivos(as) escolhidos(as) pela empresa.

Além de treinamento de preparação para entrevistas (media training), o time de Marketing é o responsável por dar orientações sobre quais informações e dados podem ser compartilhados externamente.

Por isso, reforçamos a orientação de que qualquer informação, convite para eventos ou pedido de entrevista a veículos de imprensa, bem como a produtores(as) de conteúdo independentes (blogs, perfis em redes sociais e canais em plataformas de vídeo), sejam previamente comunicados ao time de marketing, por meio do e-mail **marketing@zoop.com.br**.



2.17 Assédio Sexual

O assédio sexual é um **crime** que ocorre quando há um constrangimento com sentido sexual no ambiente de trabalho, partindo da liderança para os(as) liderados(as).

Assédio sexual, ao contrário do que alguns pensam, não é o mesmo que flerte! Para começar, a diferença principal é que **não há qualquer consentimento no assédio**. Ele é invasivo e pode ser de duas categorias:

Assédio por chantagem: quando a aceitação ou a rejeição de uma investida sexual é determinante para que o(a) assediador(a) tome uma decisão favorável ou prejudicial para a situação de trabalho da pessoa assediada. O que isso quer dizer? Vamos aos exemplos!

Exemplo: Você desempenha muito bem seu trabalho, com elogio de todos(as), entrega de projetos e cumprimento de metas, mas ganhou uma avaliação de desempenho negativa pois não aceitou sair com seu(a) chefe. Isso significa que o(a) “assediador(a) tomou uma decisão prejudicial com base na rejeição de sua investida sexual.

Assédio por intimidação: todas as condutas que levam a um ambiente de trabalho hostil, intimidativo ou humilhante. Essas condutas podem não se dirigir a uma pessoa ou a um grupo de pessoas em particular.

Assédio sem se destinar a uma pessoa específica? É possível? Confira abaixo!

Exemplo: Você é a única mulher na equipe e se sente constrangida e intimidada, pois todos os seus colegas de trabalho, durante reuniões, mostram fotos e falam de mulheres de forma vulgar e desrespeitosa. Os comentários não são direcionados a você, mas incomodam da mesma forma. Esse é o assédio por intimidação.

A Zoop trata casos de assédio sexual com tolerância zero!

Qualquer denúncia nesse sentido será investigada com profundidade, respeito às pessoas envolvidas e com a confidencialidade necessária para um assunto tão sensível.

Lembre-se: não é não



2.18 Assédio Moral

Espírito de equipe é o que nos move!

O assédio moral se baseia na exposição do(a) funcionário(a) a situações humilhantes de forma contínua. O objetivo do(a) assediador(a), normalmente, é desestabilizar o indivíduo para que ele ou (ela) peça demissão ou troque de equipe.

Sua liderança cometerá assédio moral quando:

- > Te colocar para realizar uma tarefa que não faz parte de seu ofício e qualificação, a fim de puni-lo(a) pelo cometimento de algum erro.
- > Te vigiar excessivamente, como horário em que vai ao banheiro ou que almoça.
- > Gritar ou falar de forma desrespeitosa.
- > Impor condições e regras de trabalho personalizadas e prejudiciais, diferentes das que são cobradas dos outros(as) profissionais (como trabalho nos finais de semana, enquanto os(as) outros(as) só trabalham de segunda a sexta, por exemplo).

O assédio moral se manifesta de diversas formas e pode ser implícito, inclusive partindo das próprias equipes para com as lideranças, quando a equipe se reúne intencionalmente para prejudicar ou impedir a liderança de determinado(a) Zooper.

A Zoop trata casos de assédio moral com tolerância zero. Qualquer denúncia nesse sentido será investigada com profundidade, com respeito às pessoas envolvidas e com a confidencialidade necessária para um assunto tão sensível.

Uma boa liderança trata sua equipe com respeito e dignidade, e os bons(as) liderados(as) contribuem positivamente para o trabalho em equipe.

O que não é assédio moral?

- > Exigências profissionais (estimular o cumprimento de metas ou de prazos);
- > Más condições de trabalho (ambiente pequeno e pouco iluminado).
- > Feedbacks profissionais positivos ou negativos, desde que respeitosos.
- > Uso de mecanismos tecnológicos de controle de jornada (ex. ponto eletrônico).
- > Aumento do volume de trabalho (períodos de maior volume de trabalho, como fechamento do ciclo fiscal).



03

**Quem procurar caso
você precise de ajuda?**



03

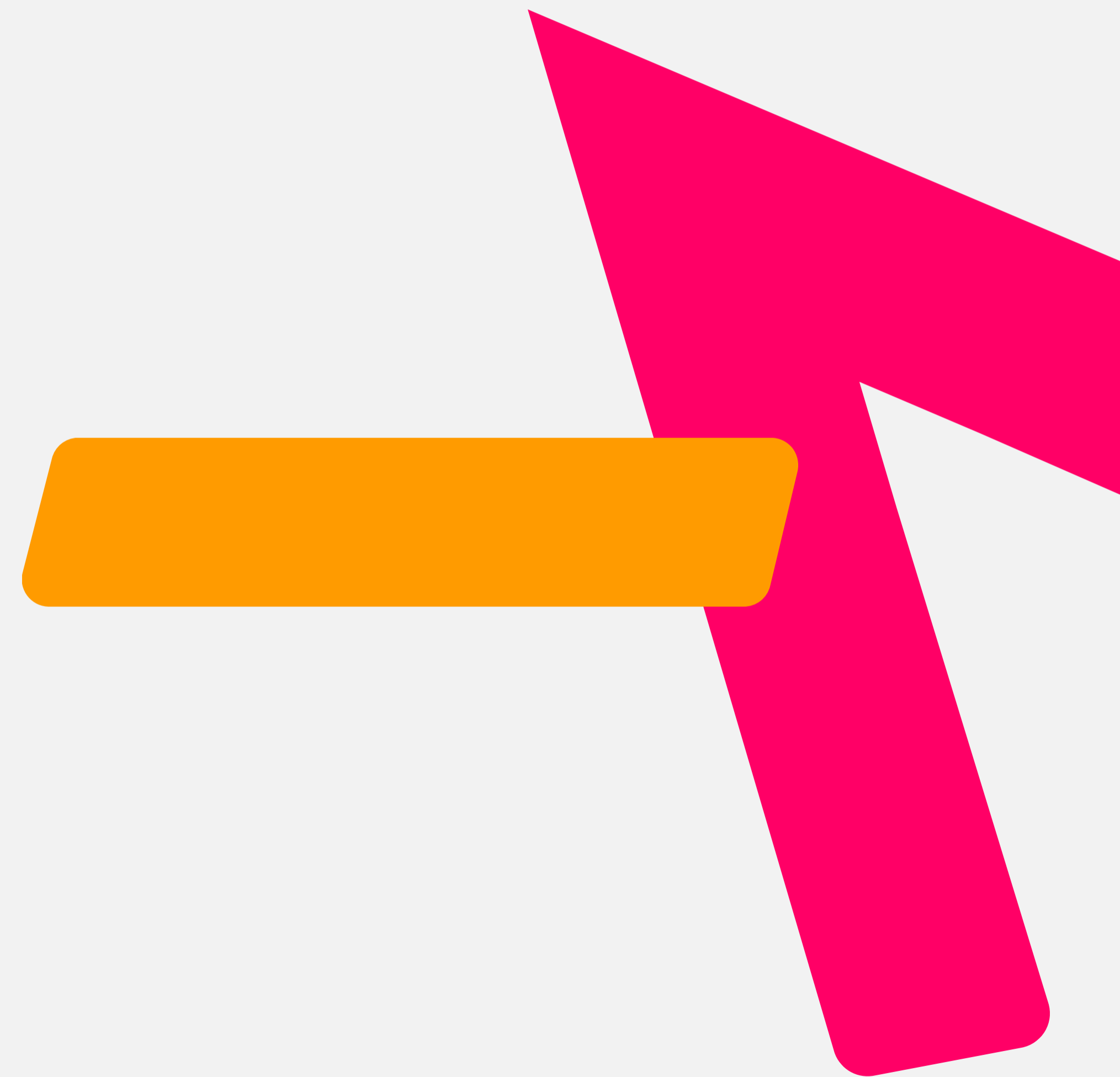
05. Quem procurar caso você precise de ajuda?

O Time de Compliance é o responsável por tirar quaisquer dúvidas sobre condutas antiéticas ou outros trechos de políticas de integridade dentro da Zoop, como este Código de Conduta.

Além disso, o Canal Ético foi criado para receber relatos de Zoopers, parceiros(as), estabelecimentos comerciais, fornecedores(as), prestadores(as) de serviços, terceirizados(as), demais clientes pessoas físicas ou qualquer um(a) que tome conhecimento de violação ao nosso Código de Conduta, podendo ser de forma anônima ou identificável. Todas as denúncias são analisadas de forma imparcial, submetidas ao Comitê de Ética da Zoop para deliberação.

O Canal Ético pode ser acessado pelo: <https://www.canalconfidencial.com.br/zoop/>; ou pelo **Telefone 0800 450 4503** (de segunda a sexta, das 9 às 18 horas).

Acreditamos que todo(a) Zooper que procura o Canal Ético deseja um ambiente de trabalho mais saudável, e por isso **esperamos que as lideranças incentivem essa comunicação, sendo assim, qualquer tipo de retaliação, incluindo principalmente ameaças de demissão, transferência, constrangimento ou qualquer outro tipo de intimidação, é vedada pela Zoop e será tratada com rigor como qualquer outro descumprimento deste código.**





Proteger o(a) Zooper que reporta condutas antiéticas de boa-fé é uma das nossas principais regras, por isso, fazemos um acompanhamento frequente com a pessoa após a denúncia para garantir que nenhum comportamento incorreto está acontecendo, no caso em que ela/ele se identifica.

Situações não previstas neste Código de Conduta também serão submetidas para avaliação do Comitê de Ética da Zoop para deliberação e endereçamento mais adequado. O descumprimento das regras aqui previstas pode gerar medidas cautelares para interrupção das irregulares ou aplicação de medidas disciplinares trabalhistas. Para mais informações, consulte nossa Política de Consequências e nossa Política do Canal Ético.

Presenciei ou acho que presenciei uma conduta indevida. O que fazer?





Transparência

04

Transparência

Solicitamos total transparência no fornecimento de informações e registros internos de qualquer natureza, além da elaboração e fornecimento de demonstrações contábeis que reflitam de forma precisa e clara a situação patrimonial da Zoop.

É papel de todos(as) os(as) Zoopers fornecer para a área de controles internos ou auditoria interna as evidências documentais solicitadas, sendo a manipulação de documentos e informações estritamente proibida.

Nosso papel é auxiliar para que os (as) acionistas auditores e reguladores tomem as melhores decisões sobre a nossa operação, de forma que ela cresça de forma sustentável e íntegra.





05

O que esperamos de terceiros(as) que se relacionam com a Zoop

05

O que esperamos de terceiros que se relacionam com a Zoop

As boas práticas indicadas neste Código são aplicáveis a todas as empresas que possuem relação com a Zoop, incluindo fornecedores(as), prestadores(as) de serviço, terceirizados (as) ou parceiros(as) comerciais (marketplaces/ estabelecimentos comerciais).

Assim como orientamos os(as) Zoopers, também esperamos dos(as) terceiros(as) que se relacionam conosco uma postura preventiva e combativa contra atos de lavagem de dinheiro, corrupção, assédio, trabalho escravo, trabalho infantil e contra quaisquer outras condutas que representem violações aos direitos humanos, ao meio ambiente ou a este Código de Conduta.

Com o objetivo de selar esse nosso compromisso, temos uma cláusula de compliance em todos os nossos contratos!

Para nós, a ética está presente no dia a dia, e esperamos que também esteja para as empresas que se relacionam conosco.





Zoop

*Democratizando o acesso aos
serviços financeiros do futuro*