



Rede Brasil

markUp
your
SOUL

COMUNICAÇÃO DE PROGRESSO

Período coberto pela Comunicação de Progresso (COP)

de 26/2/2020 a 25/2/2021

São Paulo, 19 de fevereiro de 2021.

Às partes interessadas,

É com prazer que nós, da Mark Up, reafirmamos nosso apoio aos Dez Princípios Universais, derivados da Declaração Universal de Direitos Humanos das Nações Unidas, que tratam, além dos direitos humanos, de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Nesta comunicação do progresso anual, descrevemos nossas ações para melhoria contínua da integração do Pacto Global e seus princípios em nossa estratégia de negócios, cultura e operações diárias. Também nos comprometemos a compartilhar tais informações com todas as partes interessadas por meio de nossos principais canais de comunicação.

Atenciosamente,

DocuSigned by:
Silvana Fiaccadori Torres
1EE11D0BD03B4D0...

Silvana Torres
Presidente



Com 26 anos de atuação no mercado, a Mark Up é hoje uma das principais empresas de marketing de relacionamento do país. Liderada pela sócia fundadora Silvana Torres, a agência atua no trade de grandes companhias, para estreitar suas relações com os canais de venda e ampliar os resultados positivos, além de oferecer uma série de serviços que geram histórias de relacionamento entre pessoas e marcas e dão origem a brand experiences marcantes, que marcam a alma de quem as vivenciam por muito tempo.

A Mark UP apresenta um modelo de negócios inovador no mercado de *Live Marketing*. O que fazemos é mais que comunicação, *endomarketing*, *branding*, incentivo ou eventos. Vamos além dessas competências. Engajamos, criamos acontecimentos, estabelecemos conexões, o que nos permite dizer que somos o primeiro grupo de *live marketing* do país. Nossos colaboradores são curiosos, inquietos, buscam o novo. Motivação é nosso core e é assim, motivada, que nossa equipe mantém o foco no crescimento de nossos clientes, com o objetivo constante de superar expectativas.

Tudo na Mark Up é permeado pela busca de nossos valores: credibilidade, ousadia, liberdade, agilidade, paixão e orientação para resultados.

Nossa Missão é conectar trabalho e paixão, cliente e agência, liberdade e responsabilidade, motivando e entretendo pessoas em busca do sucesso de todos. Nossa visão proporcionar encantamento e fidelização, imprimindo frescor em tudo o que fazemos.



PRINCÍPIOS DOS DIREITOS HUMANOS

Princípio 1 – As empresas devem dar apoio e respeitar a proteção aos direitos humanos proclamados internacionalmente.

Princípio 2 – As empresas devem se certificar de que não são cúmplices de abusos dos direitos humanos.

- A Mark Up, prezando pela saúde e pela segurança dos seus colaboradores, durante a pandemia do COVID-19 optou por manter 100% dos funcionários em *Home Office*. Mesmo com a flexibilização das medidas adotadas, a empresa decidiu que seu novo modelo de trabalho seria remoto, pensando nos benefícios que essa modalidade trouxe para toda estrutura: menos tempo no trânsito, mais tempo com a família, além de manter a segurança de todos enquanto o momento é incerto em razão da pandemia. Contamos hoje com um espaço dentro de um *coworking* para caso de necessidade. Espaço este que fortalece os nossos cuidados com o funcionário da Mark Up: o *coworking* conta com distanciamento social, obrigatoriedade do uso de máscara, um limite de 15 pessoas em formato de rodízio para trabalhar, higienização redobrada do ambiente, álcool em gel disposto nas bancadas além dos reforços de cuidado na nossa comunicação interna. Tudo isso, seguindo as orientações e diretrizes da OMS, do governo e das entidades como a AMPRO (Associação de Marketing Promocional) a qual somos afiliados.
- Seguindo ainda as instruções das entidades responsáveis, a Mark Up elaborou para os seus colaboradores um guia de precauções obrigatórias para as eventuais visitas que se façam necessárias na estrutura. O guia conta com orientações que respeitam toda jornada do colaborador: de cuidados para sair de casa, no transporte público ou privado, nos espaços públicos da agência, no espaço de trabalho, além de como é feita a higienização, aferição de temperatura, a comunicação da empresa, e os papéis e responsabilidades de todos os colaboradores, colocando todos como corresponsáveis pela saúde e segurança coletivas.
- Por conta da decisão de adotar o *home office* como modelo definitivo de trabalho, a Mark Up tem oferecido aos seus colaboradores uma ajuda de custo para que possam arcar com o aumento das despesas em casa. Esta



iniciativa faz parte da preocupação da agência com quem está aqui dentro e da consciência humanizada da empresa. A Mark Up entende que a sua decisão de mudar o formato de trabalho certamente implicou no aumento de despesas para os funcionários, por isso decidiu implantar essa ajuda de custo complementar.

- Ainda em razão do formato adotado pela agência, durante o trabalho remoto, a Mark Up aderiu ao Teams como sua ferramenta oficial de comunicação. Ela foi escolhida após um longo processo de estudo e pesquisas. Para sua implantação, foi montado um comitê interno com membros de diversas áreas da empresa onde eram discutidas, pesquisadas e apresentadas as soluções descobertas no aplicativo. Ao ser colocado para toda estrutura, foram feitos treinamentos tanto específicos com times que necessitassem, quanto com todos os colaboradores. Além disso, um guia com passo a passo com as principais funções foi disponibilizada na nossa intranet para consulta sempre que necessário.
- O formato do *home office* nos permitiu também expandir nossas fronteiras. Hoje a Mark Up conta com colaboradores pelo mundo, imprimindo uma visão mais globalizada, diversa e rica no seu cotidiano.
- Com as medidas de distanciamento social e o formato remoto, fez-se necessário migrar a integração institucional dada aos novos colaboradores para o formato 100% digital e estimulando a autonomia. A apresentação ganhou uma nova dinâmica, com caminhos onde o colaborador pode após a explanação, ter autonomia para estudar e entender os caminhos e o funcionamento da agência para se integrar ao DNA da empresa.
- Durante a pandemia de COVID, a Mark Up fez questão de estar muito perto dos seus colaboradores. A agência lançou pesquisas com a temática de *home office* para entender como estão se sentindo, como estão se comportando, quais são as realidades e os desafios encontrados nesse formato. Em cima destas pesquisas, foram desdobradas diversas ações, entre elas, duas que podem ser destacadas: primeiramente a Mark Up ouvindo os colaboradores, disponibilizou o seu mobiliário para que quem achasse necessário ficasse mais confortável para trabalhar de casa, além de melhorar a ergonomia do novo ambiente de trabalho. Em um segundo



momento, foi realizada uma ação denominada “Café com RH” onde a Diretora e a Gerente de DHO agendaram um bate papo com todos os colaboradores da empresa, com o intuito de praticar a escuta ativa e conhecer um pouco mais da realidade de cada um dos funcionários. A conversa foi feita individualmente, por chamada de vídeo, de modo a proporcionar conforto, sigilo das informações e exclusividade. O bate papo não trazia temas de trabalho, era uma hora onde a conversa girava em torno de assuntos gerais da nova realidade, de como o trabalho remoto funciona, dificuldades e facilidades encontradas neste momento que vida pessoal e vida profissional coexistem no mesmo ambiente, rotina, *work-life balance*, família, medos, alegrias que cada um carregava. O Café com RH foi uma investigação profunda para entender o sentimento dos colaboradores da maneira mais próxima possível, para que ações pudessem ser feitas de modo a facilitar essa nova realidade.

- Todo nosso endomarketing tem como foco 100% nas pessoas que constroem a empresa e com isso, todas as nossas ações e comunicações são pensadas nesse sentido. Quando fomos pegos de surpresa pela crise do COVID-19, em março de 2020, esse foco tornou-se ainda mais relevante.

Durante todo período de isolamento social – onde permanecemos até o momento que são relatadas estas ações – o Marketing e a área de Desenvolvimento Organizacional intensificaram o cuidado com os colaboradores para manter a saúde física e mental de cada um e reforçando a preocupação com os indivíduos. Foi elaborada uma rica régua de comunicação, que tinha atualizações constantes de acordo com novas premissas e diretrizes que vinham sendo adotadas e que tinham como objetivo cobrir todas as dúvidas que pudessem surgir e todas as maneiras que a agência pudesse ajudar seu público interno.

Nessa comunicação que foi (e vem sendo) feita, falamos sobre sintomas da doença, cuidados pessoais, higiene, cuidados dentro de casa, cuidados ao sair na rua, uso de máscara, *home office*, produtividade – pontos que ajudam e pontos que atrapalham a produtividade, ambiente de trabalho em casa, ergonomia, além de fazer uma curadoria para dividir conteúdos muito ricos de parceiros e entidades de renome, com informações, cursos, palestras, *workshops* de muitos temas diferentes como: maternidade



durante a quarentena, economia doméstica durante a pandemia, saúde mental, liderança, comunicação não violenta, entre outros, que em sua maioria eram gratuitos.

- A Mark Up disponibiliza para seus colaboradores, um manual de conduta e ética, embasado no respeito ao ser humano, refletindo o compromisso da empresa com valores éticos, e com a transparência em todas as suas relações.
- A urna onde os profissionais podem deixar mensagens de todo e qualquer teor a respeito do ambiente interno, que antes ficava alocada no nosso ambiente físico, ganhou a versão digital. Seja a respeito de denúncias, sugestões, pedidos, reclamações ou elogios, os colaboradores têm em mãos um link com fácil acesso para acessar a urna neste novo formato. As respostas são abertas unicamente pelo RH.
- No *coworking* onde a Mark Up mantém um escritório, temos *displays* físicos espalhados onde a transparência é clara quanto a não tolerância da prática de desrespeito e assédio de nenhuma natureza. O sigilo das denúncias é garantido em todos os canais de comunicação, e a questão é levada para análise junto ao *Board* para tomada de decisões.
- A Mark Up prioriza a diversidade em seu processo de contratação, que é sempre pautado em competências, sem qualquer relação com orientação sexual, raça, credo, idade e gênero. Somos uma empresa de pessoas e pessoas são diferentes, com diferentes pontos de vista que contribuem com debates saudáveis, agregam e geram valor naquilo que desenvolvemos.
- Dentro das nossas premissas, a diversidade e a inclusão estão presentes no nosso dia a dia. Isso está no nosso propósito, somos todos iguais, através de pensamentos, culturas, etnias e opiniões diferentes, nos tornamos mais plurais e democráticos. Portanto, aqui na Mark Up, em todas nossas comunicações internas, utilizamos a linguagem neutra de gênero. Desta forma, evitamos o binarismo imposto pela divisão de gêneros impostos pela sociedade, proporcionando ao nosso quadro uma comunicação mais inclusiva, respeitosa e abrangente, levando em conta as diversas possibilidades de gênero com as quais as pessoas podem se identificar.
- Dentro da Mark Up, temos um comitê, composto por colaboradores de todas as áreas da agência, chamado Yes We Up. O comitê tem o objetivo de



auxiliar as ações de endomarketing e dá voz aos colaboradores, participa os mesmos das ações que são realizadas aqui para eles e para seus colegas. Ele é uma ferramenta de escuta ativa que temos, além de reforçar o senso de coletividade dos funcionários.

- Dentro da Mark Up, usamos o Workplace, uma ferramenta do Facebook como nossa intranet. Este é um canal de comunicação onde levamos as mensagens e as bandeiras levantadas pela agência para todos, além de dividir o conhecimento através da disponibilização do conteúdo dos treinamentos internos. A nossa intranet é subdividida em grupos como o de parcerias, o institucional, o dos treinamentos para que seja mais prático e fácil que os colaboradores encontrem as informações necessárias. Em 2021 o nosso Workplace será descontinuado e dará espaço ao Yammer, que assim como o Workplace funciona como uma rede social, porém, ele é integrado ao Teams, o *hub* de comunicação que adotamos durante o trabalho remoto, facilitando assim o acesso dos colaboradores às informações internas. O processo iniciou em janeiro de 2021 e está sendo feito de modo que todos possam estar confortáveis com a nova ferramenta antes de migrarmos e encerrarmos a antiga.
- Falando sobre o Workplace, foi criado internamente um grupo chamado Up de Excelência, a pedido dos próprios colaboradores, para que eles possam trocar feedbacks e elogios de parcerias estabelecidas nas entregas de trabalho e que isso se torne um agradecimento público. Esta se tornou uma ferramenta importantíssima internamente, uma vez que reforça o sentimento de pertencimento, de valorização do profissional, gera uma sensação de reconhecimento não financeiro, um aumento de engajamento, o compartilhamento de resultados entre todos e uma forma muito importante de comemorar, de interagir e unir todos. Isso nos traz um efeito extremamente positivo para evolução como time.
- A Mark Up mantém uma plataforma interna, nomeada de Up 365, na qual são executadas ações, 365 dias do ano tendo como objetivo o *worklife-balance*. Dentro da plataforma, são realizadas desde campanhas de conscientização para causas relevantes, como outubro rosa e novembro azul, até parcerias para saúde e bem-estar dos colaboradores e para capacitação profissional. Listamos a seguir algumas das ações que são feitas



dentro desta plataforma:

- o Durante todo ano, são feitas parcerias em diferentes segmentos em benefício dos colaboradores, para que eles contratem os parceiros com descontos e condições especiais. Durante o ano reportado foram feitas parcerias com universidades, escolas e prestadores de serviço que pudessem atender os colaboradores online, para que o nosso quadro seja incentivado a cuidar de si.
- o A Mark Up, por ter como sua fundadora e presidente, uma mulher, e seu board todo composto por mulheres, além de ter um quadro majoritariamente feminino, tem como grande bandeira o empoderamento em seu DNA. Por isso, o dia 8 de março, dia das mulheres é um dia muito importante para empresa. No ano reportado, foi realizado uma ação de homenagem para as colaboradoras da agência: elas foram presenteadas com um kit de chá da empresa The Feminist Tea (que é uma empresa 100% feminina) que continham frases de grandes feministas da história nas suas embalagens e foram surpreendidas com mensagens de entes queridos nesses presentes contando o porquê eles acham que elas são mulheres incríveis. Isso, com o intuito de acarinhar e fazer com que as mulheres da agência se sintam valorizadas.
- o Além do presente recebido, disponibilizamos na nossa intranet peças criadas e assinadas pelas mulheres da nossa equipe de criação: duplas formadas por uma redatora e uma diretora de arte foram responsáveis por trazerem mensagens de empoderamento e igualdade de gênero que pudessem ser utilizadas como post em rede social, poderiam virar gravuras para impressão etc.
- o Em abril de 2020, mobilizada pela semana da saúde, a agência promoveu de maneira online *workshops* para os seus colaboradores de conscientização baseado em três pilares da saúde: física com uma *personal trainer*, sobre saúde mental com uma psicóloga e sobre saúde nutricional com uma nutricionista. Todas as *lives* tiveram como foco o momento de pandemia vivido e as alternativas possíveis para cuidado pessoal.
- o Com a inviabilidade de fazer a vacinação da gripe, como é costume dentro da agência, por conta da pandemia, foi disponibilizado aos colaboradores, um guia de vacinação, mapeando os locais de vacinação públicos e



- particulares para que nossos colaboradores pudessem se prevenir da gripe.
- o Como já feito em 2019, durante todo inverno, divulgamos como uma utilidade pública diversas comunicações nas redes sociais da agência, lembrando o telefone 156, caso os seguidores das redes encontrem pessoas dormindo na rua quando as temperaturas estivessem abaixo dos 13 graus.
 - o Em junho, a fim de marcar o dia nacional da doação de sangue, lançamos um guia completo com todas as informações necessárias e orientações para fazer a doação em tempos de pandemia com segurança. Fizemos uma comunicação com o intuito de que esse guia também fosse compartilhado nos círculos dos nossos colaboradores. A parte disso, nas nossas redes sociais também reforçamos essa causa através de post de conscientização.
 - o No dia 15 de julho, em comemoração ao dia do homem, a Mark Up fez uma campanha com seus colaboradores homens com a temática “homem que é homem faz” onde abordamos a quebra de tabu de que homem pode chorar, dançar, cuidar das crianças etc. onde pedimos inclusive depoimentos dos próprios para fazer o conteúdo.
 - o Para comemorar o Dia dos Pais, foi feita uma homenagem aos pais da empresa através dos seus filhos. Em segredo, pedimos que os filhos e cônjuges nos ajudassem e descrevessem qual o maior legado que esse pai ensina para o filho, o que eles mais gostam de fazer juntos além de nos enviarem uma foto de momentos importantes juntos. Com isso, montamos um *book* e divulgamos na nossa intranet para que todos pudessem ver. Foi um momento regado de emoção e que surpreendeu muito os pais.
 - o Ainda no Dia dos Pais, pedimos que todos os colaboradores nos dissessem qual música ouve/ouvia com seu pai ou que fizesse lembrar dele ou de momentos juntos. Em cima dessas sugestões, montamos uma *playlist* interna para que todos pudessem curtir essa mistura de estilos e lembranças afetivas tão importantes.
 - o Estabelecemos em 2019, uma parceria com a empresa Zenklub, que perdura até hoje, que oferece tratamento psicológico aos colaboradores através de uma plataforma online. A Mark Up arca com a primeira sessão do mês de terapia dos colaboradores que optarem por fazê-la. A empresa não tem nenhum acesso aos dados referentes à estas consultas. Mais de 50



sessões já foram realizadas, reafirmando nossa preocupação com a saúde mental de quem está aqui.

- o Em setembro, em razão do setembro amarelo que ressalta o cuidado com a saúde mental, fizemos um workshop com nossos parceiros da Zenklub para toda a equipe, trazendo um pouco dos principais distúrbios: ansiedade, depressão, burnout e síndrome do pânico – suas causas, sintomas, como procurar ajuda e exercícios para manejo da ansiedade. Durante esse mês tivemos na nossa intranet comunicações sobre a temática também reforçando a importância do cuidado, prevenção e a busca por ajuda.
- o Durante os meses de outubro e novembro, resgatamos a campanha “Eu cuido de você, você cuida de mim”, incentivando que os colaboradores colocassem a empatia em prática, falamos do câncer de mama e do câncer de próstata simultaneamente, para homens e para mulheres. Constantes comunicações que impactaram todos os colaboradores da agência, além de peças desenvolvidas pela equipe de criação para divulgação das causas fora das paredes da agência, figurinhas para redes sociais, e avatares e fundos de tela para que quando nossos colaboradores entrassem em reunião, pudessem transmitir essa mensagem para os outros ouvintes.
- o Ainda em outubro, apoiamos através das nossas redes sociais a campanha de doação em benefício do Instituto Protea. O Instituto tem por objetivo dar acesso, de maneira ágil e com qualidade ao tratamento do câncer de mama para mulheres de baixa renda, subsidiando em um hospital filantrópico exames, cirurgia e tratamento para mulheres carentes, acelerando assim, o tempo de espera na fila do SUS.
- o A Mark Up por ser uma agência que tem seu DNA o empoderamento feminino, e por ter a maior parte de seu quadro composto por mulheres, realiza muitas ações voltadas a esta frente. Durante os 20 dias de ativismo pelo fim da violência contra mulheres, fizemos uma campanha de conscientização na nossa intranet e nas nossas redes sociais, trazendo um panorama geral, dados relevantes, como o cenário se agravou durante a pandemia, canais de denúncia e tipos de violência. Além disso, resgatamos o FAQ (*frequently asked question*) que a Mark Up desenvolveu em parceria com a advogada Isabela Guimarães (que pode ser encontrado no link:



https://www.linkedin.com/posts/agenciamarkup_faq-viol%C3%Aancia-contra-mulheres-activity-6605898553355190272-OErv) sobre a temática.

o Ainda falando em campanhas de grandes causas, em dezembro, a Mark Up realizou comunicações referentes ao dezembro vermelho, gerando conteúdo de conscientização na sua intranet.

- A Mark Up saiu do seu endereço no Brooklin para se mudar para o escritório de coworking e com isso, se desfez de muitos itens da sua estrutura. Estes itens foram todos doados para o Brooklin Ação Social. O grupo que tem como foco ajudar quem precisa: moradores de rua, famílias carentes e seus animais, atua nas imediações do nosso antigo endereço. Desta forma, a Mark Up quis se mudar deixando um legado para o bairro que nos acolheu durante anos, por isso a escolha da instituição.



PRINCÍPIOS DO TRABALHO

Princípio 3 – As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.

Princípio 4 – A eliminação de todas as formas de trabalho forçado e compulsório.

Princípio 5 - A abolição efetiva do trabalho infantil.

Princípio 6 - A eliminação da discriminação com relação a emprego e profissão.

- A Mark Up não participa de forma alguma de trabalho forçado ou escravo e mantém essa premissa estendida aos seus fornecedores e parceiros.
- Na Mark Up, seguimos as leis trabalhistas para toda e qualquer contratação, sempre tendo em vista e primando pelo direito do trabalhador.
- A Mark Up oferece os benefícios diretos, como seguro saúde, assistência odontológica extensiva a familiares, vale-refeição/vale alimentação, seguro de vida individual e ajuda de custo para o *home office*. Entendemos que todos os colaboradores são importantes para a organização. Portanto, todos contam com os mesmos direitos.
- O horário de trabalho da agência, mesmo que remotamente, é flexível, sendo das 8hrs às 20hrs, com funcionamento comercial das 9hrs às 18h30, tendo em foco a qualidade de vida dos nossos profissionais.
- Durante a pandemia, os colaboradores em formato CLT, seguindo as leis do país, tiveram seus contratos alterados. Foi oficializado o formato de teletrabalho, onde o funcionário presta os seus serviços fora das dependências da Mark Up, não como uma jornada externa, mas com a utilização tecnologias de informação e comunicação para exercer suas funções e sem controle de jornada. Desta forma, a confiança passou a ser a principal maneira de gerir o cotidiano. O princípio da empresa é o acompanhamento pela produtividade, entregas de valor e acordo entre times e liderança. Neste novo formato, a Mark Up também reforça suas comunicações sobre normas de saúde e segurança vigentes, precauções que devem ser tomadas para o desempenho de suas funções em regime de teletrabalho, com o intuito de evitar doenças e acidentes ocupacionais. E mais do que reforçar, a Mark Up criou um guia de orientações para o



formato de teletrabalho com as informações necessárias para que o colaborador cumpra sua jornada da forma mais saudável possível.

- Aqui na Mark Up, abrimos frente para contratação de menores aprendizes e estagiários. Tudo isso, tendo em vista as leis vigentes no país que permitem que a partir dos 14 anos jovens possam trabalhar como aprendizes e que alunos com matrículas regularizadas nas faculdades, podem ser contratados como estagiários. Ambos, tendo todos os seus direitos garantidos por lei.
- Nas nossas contratações, nos preocupamos com o respeito a diversidade, por isso, firmamos parcerias facilitadoras como Transempregos (projeto de empregabilidade para pessoas transgênero), Maturi Jobs (plataforma que viabiliza a contratação de profissionais maduros) e Talento Incluir (programa de inclusão que trabalha pela equidade das pessoas com deficiência na sociedade). Junto a estas empresas, soma-se uma equipe interna de Desenvolvimento Organizacional treinada conduzindo o processo para garantir a representatividade da diversidade, seja ela de gênero, opção sexual, idade etc.
- No ano de 2020 a Mark Up contratou e iniciou a implantação ferramenta de Recrutamento e Seleção, a Gupy. Esta plataforma é uma maneira de sermos transparentes quanto aos nossos processos de recrutamento com os candidatos. Além disso, a Gupy digitaliza os nossos procedimentos, nos ajudando a torná-los mais velozes e otimizados.
- Aqui na Mark Up, priorizamos competência em todas as contratações. Temos foco na contratação de pessoas diversas, pois acreditamos que diferentes pontos de vista, agregam e geram valor nos nossos entregáveis.
- Dentro da Mark Up, trabalhamos com a equidade de salários e condições de trabalho independente de gênero. O que é avaliado são as competências, performance e entregáveis, mensurados através de *KPIs* e metas estabelecidas para cada uma das áreas da agência.
- No ano de 2020, com o advento da pandemia de COVID-19, a Mark Up colocou 100% dos seus colaboradores em *home office*, seguindo as recomendações da OMS de isolamento social. E mesmo com a flexibilização destas medidas pelo governo, a agência optou por manter esse formato de trabalho. Decisão essa que contou com o embasamento de pesquisas



realizadas trimestralmente neste período com os colaboradores, onde eles apontaram que estavam felizes e satisfeitos e tiveram uma melhora significativa na qualidade de vida sem ter que enfrentar, por exemplo horas de trânsito. Além disso, essa medida mantém a segurança dos nossos colaboradores nesses tempos de incertezas.

- A Mark Up segue com o projeto Universidade Mark Up iniciado em 2019. A iniciativa oferece treinamento, agora de forma online para os colaboradores, durante o horário de expediente, sobre os mais diversos assuntos, ministrados por profissionais de renome e com grande *know-how* no mercado. No ano reportado, por conta da pandemia, voltamos os nossos esforços dos *workshops* para um fio condutor que nos foi muito importante: a adaptabilidade. Havíamos iniciado as aulas pré-pandemia com o assunto de inovação, mas dado o cenário, revisamos o planejamento e usamos o assunto adaptabilidade como plano de fundo para treinamentos como: A Agência – incentivo 4.0, Metodologia – Produtividade Positiva, Cuidado com os Clientes – LGPD, Comportamento e Atitude – Autoconhecimento e Integração – Teams. Todas essas palestras, com exceção do tema autoconhecimento, foram dados pelos próprios colaboradores da Mark Up. Importante frisar, que de todos estes treinamentos, apenas um não foi dado por um integrante do time: o de autoconhecimento que foi ministrado pelos nossos parceiros da Zenklub. Todos os outros foram dados pelos próprios colaboradores – sendo eles líderes ou não – de modo a estimular o protagonismo internamente. A agenda foi estruturada no segundo semestre de 2020 e no total, foram mais de 12 horas de treinamento, pensadas 100% na necessidade de adequação do formato, com uma programação prévia, em horário de expediente, mas que não prejudicasse o cotidiano.



PRINCÍPIOS AMBIENTAIS

Princípio 7 – As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais.

Princípio 8 – Realizar iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental.

Princípio 9 - encorajar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias que não agredem o meio ambiente.

- A Mark Up tem dentro dos seus compromissos, a preocupação com o meio ambiente. Desta forma, mantemos regularmente a manutenção dos nossos espaços para que os equipamentos e a estrutura não consumam mais água e energia do que o necessário.
- A agência sempre fez comunicações frequentes para que os colaboradores evitassem desperdício de recursos na estrutura e esse direcionamento não mudou, mesmo com o teletrabalho durante a pandemia. Durante o isolamento social, a Mark Up tem feito comunicações de como preservar o nosso meio ambiente na realidade que temos atualmente.
- No dia 14/08/2020, dia de combate à poluição, a empresa trouxe conteúdo especial sobre o descarte correto do lixo, visto que a estrutura está toda em *home office*. Dados sobre o lixo produzido diariamente no Brasil, como separá-lo e descartá-lo corretamente constaram nesse conteúdo, além de convidar os colaboradores a trocarem dicas de pontos de coleta. Esta ação ainda, está dentro da abrangência da plataforma Up 365, já citada no princípio dos direitos humanos acima.
- Como citado anteriormente, a Mark Up mudou-se para um *coworking*, mas buscou um espaço que trouxesse a questão ambiental na sua estrutura. Dentro da Go Work, existem os seguintes fatores:
 - o São utilizados móveis de palets em locais de descompressão de clientes e colaboradores;
 - o É feita manutenção preventiva mensal do sistema hidráulico, refrigeração e gerador de energia;
 - o É realizado o controle mensal de consumo de energia e estudos de economia;
 - o São utilizados produtos ecológicos e biodegradáveis da empresa Ecolab



para limpeza dos ambientes;

- o A Go Work realiza diariamente o chamado DDS - Diálogo Diário de Segurança com os colaboradores com assuntos referentes à segurança do trabalho, economia de recursos em geral e assuntos pertinentes ao âmbito social e ecológico;
- o O espaço do *rooftop* conta com plantas naturais e alguma frutíferas;
- o Já foi iniciado o planejamento para futura implantação de sistema de irrigação do jardim com água expelida do sistema do dreno do lenço/freático.



PRINCÍPIOS ANTICORRUPÇÃO

Princípio 10 – As empresas devem trabalhar contra a corrupção em todas as suas formas, incluindo extorsão e suborno.

- Dentro do nosso manual de ética e conduta, existe um capítulo especialmente direcionado à não tolerância de práticas de corrupção, instruindo os colaboradores o que é ou não aceitável dentro da empresa.
- A Mark Up relaciona-se com seus fornecedores por meio de práticas comerciais éticas, eficientes e justas, tratando-os com respeito e honestidade, não se valendo de seu porte ou se submetendo a eventuais imposições inadequadas de fornecedores com grande força comercial.
- Trabalhamos na agência com uma série de documentos que homologam os fornecedores, impedindo toda e qualquer forma de corrupção, prática que é inaceitável na Mark Up.
- A escolha de um fornecedor deve ser feita com base em critérios objetivos, como princípios éticos, idoneidade, qualidade, preço e entrega. A Mark Up não mantém negociação direta com fornecedores que de alguma forma tenham vínculo pessoal com o colaborador negociante, o que pode decorrer em interesse na transação. Todos os fornecedores devem seguir as normas e os procedimentos internos da Mark Up. A negociação feita com empresas com as quais colaboradores tenham algum tipo de vínculo ou interesse deve ser avaliada e autorizada pelos responsáveis.
- A Política de Cargos e Salários da Mark Up nasceu em 2018, com o intuito de reforçar a equidade e justiça dentro da estruturação da empresa. Através dela, os colaboradores conseguem ter visibilidade de carreira e sucessão, possíveis promoções e o tempo necessário para alcançá-las. Nesse sentido, buscamos um equilíbrio interno já com ações de equiparação necessárias, redefinição de responsabilidades e atribuições, além da determinação dos respectivos níveis/faixas salariais. Entendemos que desta forma, atuamos com transparência, valorizamos nossos talentos e minimizamos a possibilidade de exercício da corrupção. Excluindo também qualquer possibilidade de méritos por interesse pessoais.
- A Mark Up entende que para possibilitar o desenvolvimento individual e em massa, além de ganhos recorrentes de produtividade e



efetividade, é necessária a redução da subjetividade, e aumento da transparência e clareza na aferição de competência e desempenho, especificando o objetivo de cada uma das suas cadeiras e áreas. Sendo assim, colocando o colaborador em seu papel ativo e gerenciador de sua própria trajetória, os indicadores/metras de cada uma das áreas foram criados e comunicados, para visualização e acompanhamento das entregas e resultados, desafiando continuamente os colaboradores a superação.

- Desde 2019 com a iminência da sanção da LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), a Mark Up formou um comitê interno para avaliar a aplicabilidade da lei no cotidiano da agência. O comitê elaborou um cronograma de implantações que vem sendo executado desde 2020. Dentro das ações, já foi realizado um treinamento com todos os colaboradores para que se familiarizassem com os conceitos, disponibilizado material para futuras consultas, além disso todos os colaboradores terão uma cláusula nos contratos onde se comprometem com a Lei. Da mesma forma está sendo feito com os fornecedores: todos os fornecedores homologados da Mark Up deverão comprometer-se com a LGPD de acordo com uma cláusula contratual.

