



COMUNICAÇÃO DE PROGRESSO

Período coberto pela Comunicação de Progresso (COP)

de 26/2/2021 a 25/2/2022



Rede Brasil

São Paulo, 18 de fevereiro de 2022.

Para as partes interessadas:

É com prazer que nós da Mark Up reafirmamos nosso apoio aos Dez Princípios das Nações Unidas sobre os direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Nesta comunicação do progresso anual, descrevemos nossas ações para melhorar continuamente a integração do Pacto Global e seus princípios em nossa estratégia de negócios, cultura e operações diárias. Também nos comprometemos a compartilhar tais informações com nossas partes interessadas usando nossos principais canais de comunicação.

Atenciosamente,

Silvana Fiaccadori Torres

Silvana Torres
Presidente



Com 27 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: protagonismo, diversidade, inovação, foco nas pessoas, paixão, ousadia e determinação.

Nossa Missão é criar experiências que geram resultados. Nossa visão é ser referência em experiências que marcam. E o nosso propósito é marcar a alma das pessoas.

PRINCÍPIOS DE DIREITOS HUMANOS

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

Princípio 2 – Certificarem-se de que não sejam 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 agendamento 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.

- Desde 2020, a Mark Up aderiu ao Teams como sua ferramenta oficial de comunicação. Ela foi escolhida após um longo processo de estudos 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, guia este, que é atualizado periodicamente.
- 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. Contamos hoje com colaboradores de norte a sul do Brasil, além de outros localizados na Europa, e América do Norte.
- 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 o ano de 2021, iniciamos o projeto do welcome kit para que as pessoas que chegam na agência possam se sentir acolhidos mesmo que de forma remota. Por isso, mandamos para a casa de cada colaborador um kit com alguns mimos da Mark Up como garrafa, caderno, pendrive acompanhados de um café da manhã para que eles possam desfrutar durante a integração, que acontece sempre no primeiro dia de trabalho no primeiro horário.

- A Mark Up tem como premissa no seu negócio os dados como base para tomada de decisão. E não é diferente internamente. Em 2021, a área de Desenvolvimento Organizacional em parceria com a área de Estratégia, formulou um grande Dashboard de informações de seus colaboradores. Todas as informações são autorizadas por eles e utilizadas para decisões mais bem embasadas. Através desse dash é possível levantar dados de diversidade, de gerações, de igualdade de gênero, entre outros que nos permitem que estejamos mais próximos de todos, propondo melhorias com foco nas pessoas, como está dentro dos nossos valores.
- Ainda falando sobre dados, desde 2020, quando começou a pandemia, a Mark Up fez questão de estar muito perto dos seus colaboradores. A agência lançou pesquisas periódicas com a temática de home office/bem-estar para entender como estão se sentindo, como estão se comportando, quais são as realidades e os desafios encontrados nesse formato. Em cima destas pesquisas, são desdobradas diversas ações, e mantemos um comparativo de evolução entre uma e outra para monitorar a qualidade de vida dos nossos colaboradores.
- Todo o 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 tem atualizações constantes de acordo com novas premissas e diretrizes que são adotadas e que tem como objetivo cobrir todas as dúvidas que possam surgir e todas as maneiras que a agência pode 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 são 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.
- 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, estimulando as denúncias no caso de comportamento não adequado. São estimuladas denúncias e o sigilo das delas 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. Inclusive deixamos esses pontos bem claros na nossa página de carreiras dentro da plataforma Gupy e dos nossos anúncios de vagas. 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 na 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, usamos o Yammer, uma ferramenta do Office 365 como nossa intranet, instaurada em 2021. Esta ferramenta é integrada ao Teams

que é nosso hub de comunicação, facilitando o acesso dos colaboradores às informações internas. 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. Migramos do Workplace para o Yammer em 2021, processo iniciado em janeiro e concluído em março para que fosse feito da maneira mais confortável possível para todos.

- Falando sobre o Yammer, 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 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 abaixo algumas das ações que são feitas dentro desta plataforma no período reportado:
 - 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 fosse incentivado a cuidar de si. E em especial no último ano, focamos em parceiros que pudessem estimular saúde e bem-estar dos colaboradores,

fechando acordos com loja de yoga, plano de saúde, escola de dança, entre outros.

o A Mark Up, por ter como sua fundadora e presidente uma mulher, diretoria majoritariamente feminina, além de um quadro com maior porcentagem de mulheres, 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 trazendo à tona a essência das mulheres. Cada colaboradora foi presenteada com um aromatizador de ambiente personalizado e com frases que remetem ao resgate da essência do feminino. O presente foi pensado também para que elas pudessem colocar esse mimo nos seus ambientes de trabalho em casa e deixassem seus expedientes mais confortáveis e aconchegantes. A ação tem como objetivo acarinhar e valorizar as mulheres da agência e mostrar o quanto elas são incríveis e poderosas.

o Além do presente recebido, foi feita uma campanha na nossa intranet onde compartilhamos conteúdos com grandes feitos de mulheres e que nem sempre foram reconhecidos pela sociedade. Para finalizar essa semana temática, convocamos todas as mulheres da agência para um grande bate papo, onde algumas foram convidadas a dividirem suas histórias inspiradoras, mostrando muitas vezes não conhecemos as histórias de quem está ao nosso lado. Foi um momento muito emocionante que estimulou muito a questão da sororidade internamente.

o Em abril de 2021, mobilizada pela semana da saúde, foi feita uma grande régua de comunicação trazendo a conscientização voltada à saúde dos colaboradores. Falamos durante a semana sobre saúde física e mental, pilares fundamentais para o bem-estar.

o No Dia das Mães, fizemos uma ação com o objetivo de homenageá-las nesta data tão especial. Cada mãe da agência recebeu um kit de autocuidado que continha uma vela, sais de banho, um vinho e uma pedra que remetia ao seu signo. Tudo isso, acompanhado de um cartão que vinha com um QR code que direcionava para uma mensagem de áudio bem emocionante.

o Em junho de 2021, visando a saúde dos nossos colaboradores,

organizamos a vacinação quadrivalente da gripe no nosso espaço do coworking. A Mark Up investiu metade do valor de cada dose dos seus funcionários. Foi possível também trazer familiares para que pudessem se vacinar e os colaboradores que não ficavam em São Paulo, puderam se vacinar em suas cidades e a Mark Up investiu o valor equivalente da campanha em São Paulo. Ainda, os colaboradores de São Paulo que por algum motivo não conseguiram se vacinar no dia da campanha, puderam adquirir um voucher com o mesmo valor simbólico e se vacinar em um dos postos do nosso parceiro.

- o Durante a semana que se comemora o dia LGBTQIA+, fizemos uma régua de comunicação voltada para essa temática. Os posts contaram com informações ricas sobre o assunto, para quebrar tabus, preconceitos e conscientizar os nossos colaboradores.

- o Como já feito desde 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 em situação de rua quando as temperaturas estivessem abaixo dos 13 graus. Além disso, realizamos a Campanha do Agasalho, no qual promovemos onde encontrar postos de coleta de agasalhos em todo o Brasil, e também disponibilizamos nossa caixa de coleta na Go Work para que os colaboradores fizessem suas doações.

- o Em razão da semana do meio ambiente, internamente fizemos uma semana especial de desafios onde incentivamos os colaboradores a diminuírem o consumo de resíduos como papel, plástico, por exemplo, e de passarem um dia sem consumir carne e reforçando o impacto que estas ações podem ter para o meio ambiente.

- o Em celebração do Dia dos Pais, foram distribuídos kits entre os pais da agência para que pudessem desfrutar com seus filhos. O kit continha ingredientes para que eles cozinhassem juntos um risoto, curtissem esse momento e criassem memórias desta vivência. Dentro do kit, eles receberam também um livro de memórias, no qual pedimos que os filhos mandassem uma foto e nos dessem um depoimento de uma memória legal que tivessem juntos.

- o Desde 2019 temos estabelecida uma parceria com a empresa Zenklub,

que perdura até hoje, e 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, se optarem por fazê-la, recebem um preço especial nas demais sessões. A empresa não tem nenhum acesso aos dados referentes à estas consultas. Mais de 80 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 uma régua de conteúdo, tanto nas nossas redes sociais internas, quanto externas, abordando os cuidados e a necessidade de saber pedir ajuda com relação aos transtornos mentais.

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. Fizemos uma campanha com comunicações internamente e um enxoval de comunicação para reuniões.

o Ainda em outubro, fizemos um grande bate papo com todos os colaboradores da agência, ministrados pela Cristina Assumpção do Instituto Protea, do qual somos parceiros desde 2019. Ela trouxe um pouco sobre a doença do câncer de mama, prevenção, do impacto da pandemia nesse cenário e nos mostrou o trabalho exercido pelo Instituto de maneira primorosa. O papo mobilizou os colaboradores que foram muito participativos e abertos.

o Em novembro, seguindo a campanha de novembro azul, tivemos uma roda de conversa com o médico André Gilbert, urologista, que trouxe de maneira muito didática e leve a importância de quebrarmos o tabu quando falamos do câncer de próstata. Ele trouxe para discussão o preconceito, a relevância de um diagnóstico precoce e tratamentos. A discussão foi extremamente rica, com colaboradores deixando o preconceito de lado, trazendo depoimentos e tirando dúvidas.

o Em novembro, por conta da emblemática data da consciência negra, fizemos conteúdos especiais, tanto para nossa intranet, quanto para nossas redes sociais externas. O conteúdo chamou atenção para a relevância e

motivo da data, dados sobre o mercado, personalidades que abordam o assunto, entre outros com o objetivo de engajar os colaboradores na causa.

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 21 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/agenci Markup_faq-viol%C3%Aancia-contr a-mulheres-activity-6605898553355190272-OERV) sobre a temática.

- As nossas redes sociais externas (Facebook, Instagram e LinkedIn) são um grande reflexo dos valores e princípios que praticamos internamente. Buscamos além de trazer informações do mercado, da nossa atuação e nossos clientes, compartilhar conteúdos relevantes para sociedade. Assuntos como setembro amarelo, outubro rosa, novembro azul, dezembro vermelho, 21 dias de ativismo pelo fim da violência contra mulheres, vacinação, dia da solidariedade, consciência negra, semana LGBTQIA+ são assuntos abordados com frequência nas nossas redes, sabendo da responsabilidade e do papel que exercemos na sociedade.
- Ainda abordando a consciência do papel que exercemos. Todas as campanhas que criamos internamente e que tiveram enxoval de comunicação, foram divididas também com os clientes de forma personalizada, para que eles também pudessem participar dessa corrente e espalhar mensagens tão relevantes para sociedade. Por isso, em datas como semana LGBTQIA+, Setembro Amarelo, Outubro Rosa/Novembro Azul e 21 Dias de Ativismo pelo fim da violência contra mulheres, nossos clientes receberam fundos de tela personalizados para serem usados em reuniões e abordar a causa em questão.

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 benefícios 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.
- 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 a conduzir o processo para garantir a representatividade da diversidade, seja ela de gênero, orientação sexual, idade etc.
- No ano de 2020 a Mark Up contratou e iniciou a implantação de uma 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. Desde 2021 essa é a principal forma de recrutamento da agência, fazendo com que nossos processos sejam mais assertivos e diversos.
- 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 a universidade corporativa que foi criada em 2019. Em 2021 o projeto ganhou uma relevância gigantesca dentro da empresa com o que chamamos de Maratona 4.0, que esteve sob o “guarda-chuva” da Universidade. Observando o cenário de mudanças, a Mark Up propiciou aos seus colaboradores uma intensa jornada que teve 11 meses de duração com capacitações que giraram em torno de liderança, tendências para o futuro, ambidestria corporativa, tecnologia, entre muitos outros assuntos. Essa capacitação foi base para o andamento do projeto que convidou os colaboradores a co-construírem o futuro da agência, traçando objetivos, metas e desenvolvendo projetos para serem construídos no próximo triênio.

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 agridem 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 evitem 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.
- 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 lençol 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. O processo de cargos e salários desde 2021 vem passando por uma reformulação, com o intuito de nos adequarmos de acordo com as atualizações do mercado.

- 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/metas 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 foram realizados treinamentos e reciclagens com todos os colaboradores para que se familiarizassem com os conceitos, disponibilizado material para consultas, além disso todos os colaboradores têm uma cláusula nos contratos onde se comprometem com a Lei. Da mesma forma acontece com os fornecedores: todos eles, homologados da Mark Up, deverão comprometer-se com a LGPD de acordo com uma cláusula contratual.