



# COMUNICAÇÃO DE PROGRESSO

Período coberto pela Comunicação de Progresso (COP)  
**de 26/2/2022 a 25/2/2023**



Rede Brasil

■ ■ ■ ■ ■  
■ ■ ■ ■ ■

**São Paulo, 17 de fevereiro de 2023.**

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 28 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.

Não é sobre o que fazemos.

É sobre como fazemos.

Do diagnóstico preciso à estratégia sob medida, orientada por dados, **somos Consultoria.**

Da concepção ao desenvolvimento ágil e inovador de ferramentas a ecossistemas, **somos Tech Company.**

Da centelha à execução impecável, que encanta, marca a alma e gera resultados, **somos Agência.**

Somos a resposta às mudanças e às perguntas que antecipam o futuro.

Cocriamos um conceito que reúne o melhor dos mundos para atender às necessidades dos clientes em um modelo único.

**Somos Mark Up.**

**Somos Construtoria Estratégica.**

Nossa missão é criar experiências que gerem resultados. Nossa visão é ser referência em experiências que marcam. Tudo isso permeado por nossos valores: protagonismo, diversidade, inovação, foco nas pessoas, paixão, ousadia e determinação.

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 a saúde e a segurança de seus colaboradores, durante a pandemia da 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 híbrido, ou seja, a opção de poder trabalhar remotamente ou in loco. Além disso, pensando no retorno das atividades presenciais e no acolhimento de colaboradores nesse pós-pandemia, a Mark Up conta hoje com um escritório flexível, no qual grupos de colaboradores podem se encontrar semanalmente em formato de agendamento para trabalhar, mantendo os cuidados redobrados de higienização. Assim, seguindo as orientações e as diretrizes da OMS, do governo e das entidades, como a AMPRO (Associação de Marketing Promocional), à qual somos afiliadas.

- Por causa da decisão de adotar o modelo híbrido como definitivo, a Mark Up tem oferecido aos colaboradores uma ajuda de custo para que possam arcar com o aumento das despesas em casa. Essa iniciativa faz parte da preocupação 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 o aumento de despesas para funcionáries, 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 de pesquisas. Para sua implantação, montou-se um comitê interno com membros de diversas áreas da empresa em que eram discutidas, pesquisadas e apresentadas as soluções descobertas no aplicativo. Ao serem colocadas para toda a estrutura, fizeram treinamentos tanto específicos, com times que necessitassem, quanto com todos da empresa. Além disso, ficou disponível, na nossa intranet, um guia com o passo a passo das principais funções, sendo atualizado periodicamente. A consulta pode ocorrer sempre que necessário. Para colaboradores que chegam à empresa, é feito um

treinamento para melhor ambientação na nossa principal ferramenta de trabalho.

- O formato híbrido 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, em países como Portugal, Espanha e Itália.

- Com as medidas que foram tomadas de distanciamento social no período da pandemia e no formato remoto, fez-se necessário mudar a integração institucional dada aos novos colaboradores para o formato 100% digital e com estímulo à autonomia. Mesmo com a flexibilização, pelo modelo ter sido muito assertivo, seguimos dessa maneira. A apresentação ganhou uma nova dinâmica, com caminhos em que cada colaborador pode, após a explanação, ter liberdade para estudar e entender os percursos e o funcionamento da agência a fim de se integrar ao DNA da empresa.

- Em 2022, reformulamos o welcome kit com foco em produtos úteis para o novo colaborador, como materiais de organização pessoal, fones de ouvido, ecobag e caneca, acompanhados de um café da manhã. Assim, eles podem desfrutar durante a integração, que acontece sempre no primeiro dia de trabalho, no primeiro horário. Ademais, ainda neste ano, iniciou-se o processo de reestruturação do onboarding, no qual o objetivo é melhorar a jornada de colaborador, garantindo a imersão total de cultura desde o primeiro dia e alinhando essa imersão de acordo com a nova carta-visão e posicionamento de negócio da Mark Up.

- A Mark Up, em seu negócio, tem os dados como base para a tomada de decisão. E não é diferente internamente. Desde 2021, a área de Desenvolvimento Organizacional, em parceria com a área de Estratégia, formulou um grande Dashboard com as informações dos colaboradores. Todas as informações são autorizadas por eles e utilizadas para as decisões mais embasadas. Por meio desse dash, é possível levantar dados de diversidade, de gerações, de igualdade, de gênero, entre outros que nos permitam estar mais próximos de todos, propondo melhorias com foco nas pessoas, como está entre os 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 trabalho remoto/bem-estar para entender os sentimentos, os comportamentos, as realidades e os desafios encontrados nesse formato. Deste então, em cima dessas pesquisas, são desdobradas diversas ações. Mantivemos um comparativo de evolução entre uma e outra para monitorar a qualidade de vida dos nossos colaboradores.

Além de pesquisas periódicas, o departamento de DHO (Desenvolvimento Humano e Organizacional) retomou em 2022 um projeto iniciado em 2020, em virtude da pandemia, chamado Café com RH, no qual a gerente de DHO tem uma conversa com cada colaborador para entender melhor os desafios e os anseios e aproximar a relação, uma vez que não contamos necessariamente com o presencial.

· Todo nosso endomarketing foca 100% nas pessoas que constroem a empresa e, com isso, todas as nossas ações e comunicações são pensadas nesse sentido. Quando fomos surpreendidos pela crise da covid-19, em março de 2020, esse foco tornou-se ainda mais relevante.

Durante todo o período de isolamento social e hoje seguindo o modelo híbrido, as áreas de Marketing e de Desenvolvimento Organizacional intensificaram o cuidado com colaboradores para manter a saúde física e mental de cada um, reforçando a preocupação com todos. Foi elaborada uma rica régua de comunicação, que tem atualizações constantes desde então, de acordo com novas premissas e diretrizes que são adotadas. Elas objetivam cobrir todas as dúvidas que surgem e todas as maneiras que a agência pode ajudar o seu público interno.

Nessa comunicação que foi e vem sendo realizada, falamos sobre sintomas tanto da covid quanto de outros vírus e doenças que vêm surgindo, como o monkeypox, além de cuidados pessoais, higiene, cuidados dentro de casa e ao sair na rua, uso de máscara, home office, produtividade — pontos que ajudam e atrapalham —, ambiente de trabalho em casa e ergonomia. Além disso, fazemos uma curadoria para dividir conteúdos muito ricos de parceiros e organizações de renome, com informações, cursos, palestras e workshops de muitos temas diferentes, como: maternidade, economia doméstica, 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 os valores éticos e a transparência em todas as suas relações.

- No coworking, em que a Mark Up mantém um escritório, temos displays físicos espalhados. A transparência é clara quanto à não tolerância da prática de desrespeito e assédio de nenhuma natureza, estimulando as denúncias nos casos de comportamentos não adequados. O sigilo 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 diversos pontos de vista, que contribuem para debates saudáveis, agregam e geram valor naquilo que desenvolvem.

- Dentro das nossas premissas, a diversidade e a inclusão estão presentes no nosso dia a dia. Isso está no nosso propósito. Somos todos iguais. Por intermédio de pensamentos, de culturas, de etnias e de opiniões diferentes, tornamo-nos mais plurais e democráticos. Portanto, aqui, na Mark Up, em todas as nossas comunicações internas, utilizamos a linguagem neutra de gênero. Dessa 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 gêneros 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. Essa ferramenta é integrada ao Teams que é nosso hub de comunicação, facilitando o acesso da pessoa colaboradora às informações internas. Esse é um canal de comunicação em que levamos as mensagens e as bandeiras levantadas pela agência para todos, além de dividir o conhecimento pela disponibilização do conteúdo dos

treinamentos internos. A nossa intranet é subdividida em grupos como o de parcerias, o institucional e o de treinamentos, para que seja mais prática e fácil a busca pelas informações necessárias. Mudamos do Workplace para o Yammer em 2021, processo iniciado em janeiro e concluído em março, a fim de que fosse mais confortável e possível para todos. Hoje nossa comunicação é feita exclusivamente por lá.

- Falando sobre o Yammer, foi criado internamente um grupo chamado Up de Excelência, a pedido dos colaboradores, para que eles pudessem trocar feedbacks e elogios de parcerias, estabelecidas nas entregas de trabalho, para que isso se tornasse um agradecimento público. Essa se tornou uma ferramenta importantíssima internamente, uma vez que reforça o sentimento de pertencimento e de valorização do profissional. Gera uma sensação de reconhecimento não financeiro, um aumento de engajamento, compartilhamento de resultados e uma forma muito importante de comemorar, de interagir e de unir todos. Isso nos traz um efeito extremamente positivo para a nossa evolução como time.

- A Mark Up mantém uma plataforma interna chamada Up 365, na qual são executadas ações nos 365 dias do ano, tendo como objetivo o work-life balance. Dentro da plataforma, são realizadas desde campanhas de conscientização para causas relevantes, como Outubro Rosa e Novembro Azul, até parcerias para saúde, bem-estar de colaboradores e capacitação profissional. Listamos abaixo algumas das ações que são feitas dentro dessa plataforma no período reportado:

- o Durante todo o ano, são feitas parcerias nos diferentes segmentos em benefício de colaboradores, para que eles contratem os parceiros com descontos e condições especiais. No ano reportado, foram feitas parcerias com universidades, escolas e prestadores de serviço que pudessem atender os colaboradores e suas famílias da maneira mais prática possível: online e nas mais diversas regiões do Brasil. Em especial, no ano de 2022, focamos em parceiros que pudessem estimular saúde e bem-estar, fechando acordos com empresas de saúde financeira, profissionais de terapia, plano de saúde, plano de saúde pet, escola de dança, entre outras.

- o Desde 2019, temos estabelecida uma parceria com a empresa Zenklub, que perdura até hoje, oferecendo tratamento psicológico para

colaboradores por meio 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 a essas consultas. Mais de 100 sessões já foram realizadas, reafirmando nossa preocupação com a saúde mental de quem está aqui.

o Na Mark Up, temos como costume presentear colaboradores assim que seus filhos nascem, como uma maneira de estar próximos nesse momento tão especial. No ano de 2022, reformulamos o kit de boas-vindas aos bebês markupianos com um conjunto personalizado de body, babador e naninha para que sejam bem acolhidos e que a família se sinta abraçada nessa ocasião.

o Iniciamos o ano com uma ação de endomarketing, abordando o Janeiro Branco: mês de conscientização sobre a saúde mental. Elaboramos uma régua de comunicação no nosso Yammer para trazer o assunto e a sua importância, além de dicas e recomendações práticas de cuidados, saúde e bem-estar mental.

o A Mark Up, por ter como sua fundadora e presidente uma mulher, uma 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 muito importante para a empresa. No ano reportado, foi realizada uma ação de homenagem para as colaboradoras da empresa, ressaltando o poder e a beleza feminina. Em 2022, cada colaboradora ganhou uma ilustração digital com sua imagem, reforçando que cada mulher é única em seus traços. O mote da campanha era: "Seus traços são únicos. Sua história também". Além disso, montamos um mural que virou fundo de tela e comunicações internas com as ilustrações de todas as nossas colaboradoras, simbolizando a força que todas têm juntas. A ação reverberou muito e conquistou o coração das nossas colaboradoras.

o Em abril de 2022, mobilizada pela Semana da Saúde, houve uma grande régua de comunicação, que trouxe a conscientização voltada à saúde. Falamos durante a semana sobre os grandes pilares de trabalho: saúde física, mental e alimentação balanceada.

o No Dia das Mães, fizemos uma ação com o objetivo de homenageá-las nessa data tão especial. Cada mãe da empresa recebeu um pingente de prata com o nome de seus filhos. O presente veio acompanhado de um cartão que fazia alusão aos filhos que são como joias: preciosas e eternas. Já na nossa rede social interna, fizemos uma homenagem às mães utilizando o nome de cada filho que formava a palavra MÃE. Fizemos uma alusão de que o termo mãe só se faz com seus filhos.

o Em junho, realizamos a nossa primeira convenção pós-pandemia. Foi o primeiro reencontro de todos da empresa após esse período tão conturbado. Tivemos um encontro feito de maneira híbrida: uma grande reunião para celebrarmos nossas conquistas, mostrar o momento que estamos vivenciando e para lançarmos internamente o nosso novo posicionamento de negócios. Posicionamento esse que foi criado a muitas mãos, afinal, colaboradores foram protagonistas dessa jornada. Foi um evento muito importante para enaltecermos essa participação e reverenciarmos todo o esforço feito durante esse período tão difícil, mas que foi superado juntas. No final do encontro, ainda fizemos uma grande festa junina para comemorarmos e confraternizarmos.

o Em junho de 2022, visando à saúde de todos, organizamos a vacinação quadrivalente da gripe no nosso espaço do coworking. A Mark Up investiu metade do valor de cada dose para markupianos. Foi possível também trazer familiares para que pudessem se vacinar e 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, 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 vacinarem em um dos postos do nosso parceiro.

o Sendo o lifelong learning uma das nossas competências internas norteadoras, buscamos aplicá-la em nossas ações, especialmente no ano de 2022, quando colocamos em prática nosso novo posicionamento de mercado. É o caso, por exemplo, da ação que fizemos na Semana LGBTQIAP+, uma régua de comunicação com desafios gamificados sobre o tema, incentivando as pessoas a conhecerem e estudarem a história do movimento que luta pelos direitos das pessoas LGBTQIAP+.

o Como já feito desde 2019, durante todo inverno, divulgamos, como uma utilidade pública, diversas comunicações nas redes sociais da agência. Caso seguidores das redes encontrassem pessoas em situação de rua, quando as temperaturas estivessem abaixo dos 13 graus, relembramos o telefone 156. Ademais, fizemos uma iniciativa que fomentava a Campanha do Agasalho da ONG Entrega por SP, a qual incentivava colaboradores a contribuírem com a campanha na doação de agasalhos, na participação do trabalho voluntário ou na ajuda de alguma quantia para causa.

o Na celebração do Dia dos Pais, fizemos uma ação para os nossos colaboradores que são pais chamada “Filho Futebol Clube”. Falamos da importância da paternidade presente e argumentamos que não basta ser pai, tem que vestir a camisa de sue filhe. Os pais da empresa receberam uma camiseta com a estampa da campanha e o nome de cada filhe.

o A Mark Up leva o assunto “saúde mental” muito a sério, por isso sempre apoiamos a campanha mundial Setembro Amarelo. No ano reportado, como ação interna no mês de setembro, incentivamos colaboradores a realizarem pequenos desafios que fazem toda a diferença para cuidarmos da saúde mental, como fazer pausas durante o expediente, utilizar técnicas de respiração e buscar constantemente o autoconhecimento para melhor entender seus sentimentos. Além disso, foi realizada uma palestra com um de nossos parceiros da área da saúde da Clude, na qual uma psicóloga ministrou os ensinamentos básicos a respeito dos principais transtornos mentais e um educador físico abordou a relação da saúde física com a mental, dando dicas importantes de ginástica laboral.

o Na Mark Up, as campanhas de Outubro Rosa e Novembro Azul são interligadas, prezando o zelo de uns com os outros. Desde 2019, usamos como base o “eu cuido de você, você cuida de mim”. No ano reportado, o foco das comunicações interna e externa foi a prevenção e o diagnóstico precoce. Durante os dois meses de ação, nossos parceiros da saúde nos apoiaram com incentivos para a realização de exames, dicas de saúde e autocuidado. Houve uma palestra enriquecedora para alertar sobre o câncer de mama e de próstata.

o Em 2022, no Dia da Consciência Negra, trouxemos à nossa comunicação interna a discussão sobre o racismo no ambiente digital como

pauta dos nossos conteúdos, levando em conta a aceleração digital dos últimos anos e a importância de questionar a temática dos direitos humanos ao passo que a tecnologia evolui.

o A Mark Up, por ser uma empresa que tem no seu DNA o empoderamento feminino e ter a maior parte de seu quadro composto por mulheres, realiza muitas ações voltadas a essa frente. Durante os 21 dias de ativismo pelo fim da violência contra as mulheres, fizemos uma extensa comunicação na qual, durante 21 dias consecutivos, postávamos uma frase inspiradora de uma mulher ativista pelo fim da violência e do feminicídio. Além disso, resgatamos o FAQ (frequently asked question) que a Mark Up desenvolveu em parceria com a advogada Isabela Guimarães sobre a temática, que pode ser encontrado no link: [https://www.linkedin.com/posts/agenciamarkup\\_faq-viol%C3%Aancia-contra-mulheres-activity-6605898553355190272-OERV](https://www.linkedin.com/posts/agenciamarkup_faq-viol%C3%Aancia-contra-mulheres-activity-6605898553355190272-OERV)

• As nossas redes sociais externas (Facebook, Instagram e LinkedIn) são um grande reflexo dos valores e dos princípios que praticamos internamente. Buscamos trazer informações do mercado, da nossa atuação e dos nossos clientes, como compartilhar conteúdos relevantes para a 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 e Semana LGBTQIAP+ são assuntos abordados frequentemente nas nossas redes e sabemos da responsabilidade e do papel que exercemos na sociedade.

## 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 em relação ao emprego e à profissão.**

- A Mark Up não participa de forma alguma de trabalho forçado ou escravo e mantém essa premissa estendida a fornecedores e parceiros.
- Na Mark Up, seguimos as leis trabalhistas para toda e qualquer contratação, sempre tendo em vista o direito de 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.
- Nosso horário de trabalho, mesmo que remotamente, é flexível, sendo das 8h às 20h, com funcionamento comercial das 9h às 18h30, com foco na qualidade de vida de cada profissional.
- Durante a pandemia, colaboradores da Mark Up iniciaram a jornada de trabalho remoto. Mesmo com a melhora da situação, definiu-se que permaneceríamos atuando no formato híbrido: quem quisesse trabalharia no nosso espaço físico. Dessa maneira, a confiança passou a ser a principal maneira de gerir o cotidiano. O princípio da empresa é o acompanhamento pela produtividade, com entregas de valor e acordo entre times e liderança. Nesse modelo, a Mark Up também reforça suas comunicações em relação às normas de saúde e às de segurança vigentes. São 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 trabalho remoto, com informações necessárias, para que as pessoas cumpram sua jornada da forma mais saudável possível.
- Cumprindo o fim da medida provisória, referente ao teletrabalho para os celetistas, a Mark Up reformulou os contratos e instaurou o ponto eletrônico para cumprimento da jornada.

• Aqui, na Mark Up, abrimos frente para a contratação de menores aprendizes e estagiários. Tudo isso, tendo em vista as leis vigentes no país as quais permitem que, a partir dos 14 anos, jovens possam trabalhar como aprendizes e que alunes, com matrículas regularizadas nas faculdades, possam ser contratados como estagiários. Ambos com todos os seus direitos garantidos por lei.

• Nas nossas contratações, nos preocupamos com o respeito à diversidade, por isso firmamos parcerias facilitadoras como TransEmpregos (projeto de empregabilidade para pessoas transgêneras), MaturiJobs (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 essas empresas, soma-se uma equipe interna de Desenvolvimento Organizacional, treinada a conduzir o processo para garantir a representatividade da diversidade, seja de gênero, orientação sexual, idade etc.

• Desde 2020, a Mark Up utiliza a ferramenta de Recrutamento e Seleção, a Gupy. Essa plataforma é uma maneira de sermos transparentes quanto aos nossos processos de recrutamento com candidatas. Além disso, a Gupy digitaliza os nossos procedimentos, ajudando-nos na velocidade e na otimização. Desde 2021, essa é a principal forma de recrutamento da Mark Up, fazendo com que nossos processos sejam mais assertivos e diversos.

• Aqui, na Mark Up, priorizamos a competência em todas as contratações. Focamos na contratação de pessoas diversas, pois acreditamos que diferentes pontos de vista agregam e geram valor às nossas entregas.

• Dentro da Mark Up, trabalhamos com a equidade de salários e de condições de trabalho, independentemente de gênero. São avaliadas as entregas, as competências e as performances, mensuradas por meio de KPIs e metas estabelecidas para cada uma das áreas da empresa.

• No ano de 2020, com a pandemia da covid-19, a Mark Up colocou 100% do time em home office, seguindo as recomendações da OMS de isolamento social. Mesmo com a flexibilização dessas medidas pelo governo, a empresa optou por manter o formato híbrido de trabalho. Decisão essa que contou com o embasamento de pesquisas realizadas trimestralmente nesse período com colaboradores, os quais apontaram que estavam felizes e tiveram uma

melhora significativa na qualidade de vida sem ter que enfrentar, por exemplo, horas no trânsito.

- A Mark Up segue com a universidade corporativa criada em 2019. Em 2022, seguimos com o projeto da Maratona 4.0, iniciado em 2021 e que, durante o período reportado, foi chamado de Meia Maratona Tech. Dessa vez, capacitava principalmente os profissionais de tecnologia e de operação para mapeamento de processos e garantia de excelência nas entregas. Essa fase da Maratona durou três meses e trouxe capacitações com assuntos sobre liderança, processos, futuro, ambidestria corporativa, metodologias ágeis, entre outros. Depois da capacitação, todos os colaboradores foram convidados a “colocar a mão na massa” para ajudar no mapeamento dos nossos processos.
- Além da capacitação, os líderes da Mark Up participaram de processos como o mapeamento do DISC, assessment e consultoria da Inova Consulting one-to-one para melhorar o desenvolvimento de competências e habilidades para o seu trabalho.
- A Mark Up retomou no ano reportado o programa de incentivo interno: o Level Up. Nele, temos um programa gamificado que reconhece colaboradores por seu desempenho, comprometimento, conhecimento adquirido e engajamento. Durante o ano, é possível receber como recompensa até um salário a mais, de acordo com a performance.
- Em 2022, após a formalização da nossa carta-visão, lançada em 2021, todos passaram por um treinamento que abordava as novas competências que seriam exigidas. Uma consultoria externa, a RH Virtual, fez uma capacitação com toda a empresa dividida em grupos, mostrando qual o significado na prática de cada uma das nossas competências que foram renovadas.

## 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. Dessa 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 empresa sempre fez comunicações frequentes para que colaboradores evitassem o desperdício de recursos na estrutura, e esse direcionamento não mudou. Mesmo com o trabalho remoto, a Mark Up traz informações sobre a preservação do nosso meio ambiente na realidade em que vivemos atualmente.
- Durante a Semana do Meio Ambiente, em junho, fizemos uma régua de comunicação específica para o assunto, com dicas de filmes, séries e documentários que têm o meio ambiente como foco para a conscientização de colaboradores.
- No final de 2022, a Mark Up mudou-se para um novo espaço de coworking, o Spaces Berrini. Assim como no espaço que ocupávamos anteriormente, buscamos um lugar que tivesse a preocupação ambiental em sua estrutura:
  - o A sustentabilidade está no centro dos negócios da IWG, grupo do qual o Spaces faz parte. A IWG pretende ser uma força de liderança nessa área e em todos os mais de 120 países nos quais operam.
  - o Eles estão comprometidos em alcançar a neutralidade de carbono como empresa e o objetivo é atingir essa meta em 2023.
  - o Sua principal área de especialização, o trabalho híbrido, é um poderoso facilitador para que os clientes reduzam sua pegada de carbono e, ao mesmo tempo, permitem que seus funcionários desfrutem de uma forma de trabalhar mais saudável, equitativa e amiga do ambiente. De acordo com um estudo, sugere que a redução líquida de carbono, trazida para empresas e trabalhadores pela adoção do trabalho híbrido, pode chegar a 77%. O modelo

híbrido pode até revitalizar comunidades inteiras.

o De fato, demonstrou-se que a adoção do trabalho híbrido pode apoiar seis dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas para 2030. Para esse incentivo, eles dispõem de bikes elétricas para utilização em horário comercial, sem custo.

o O coworking Spaces trabalha também a conscientização da equipe e dos clientes com comunicações constantes.

o Por fim, o Spaces trabalha a coleta seletiva de lixo, com lixeiras específicas nos andares, a coleta de pilhas e a redução de plásticos, usando medidas, como: “Adote um copo”.

## 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 colaboradores para o que é ou não aceitável dentro da empresa.
- A Mark Up relaciona-se com 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 empresa 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 fornecedor deve ser feita com 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 colaboradore negociante, o que pode decorrer em interesse na transação. Todos 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 a justiça dentro da estruturação da empresa. Por intermédio dela, 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, dessa forma, atuamos com transparência, valorizamos nossos talentos e minimizamos a possibilidade de exercício da corrupção. Excluimos também qualquer possibilidade de méritos por interesses pessoais. O processo de cargos e salários vem passando por uma reformulação, com o intuito de nos adequarmos às 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 o aumento da transparência e da clareza na aferição de competência e desempenho, especificando o objetivo de cada uma das suas cadeiras e áreas. Sendo assim, colocando cada colaboradore 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 dos resultados, desafiando continuamente colaboradores à 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 nosso cotidiano. O comitê elaborou um cronograma de implantações que vem sendo executado desde 2020. Dentro das ações, já foram realizados treinamentos e reciclagens frequentes com todes para que se familiarizassem com os conceitos, disponibilizando materiais para consultas. Além disso, todes colaboradores têm uma cláusula nos contratos em que se comprometem com a lei. O mesmo acontece com fornecedores: todos os homologados da Mark Up deverão comprometer-se com a LGPD por meio de uma cláusula contratual.

• Ainda sob influência do nosso comitê de LGPD e da nossa área de Cybersecurity, lançamos durante o ano algumas comunicações referentes à segurança da informação e ao phishing para que todes estejam bem informades e atentes aos ataques que vêm acontecendo no mundo todo em busca de informações.

