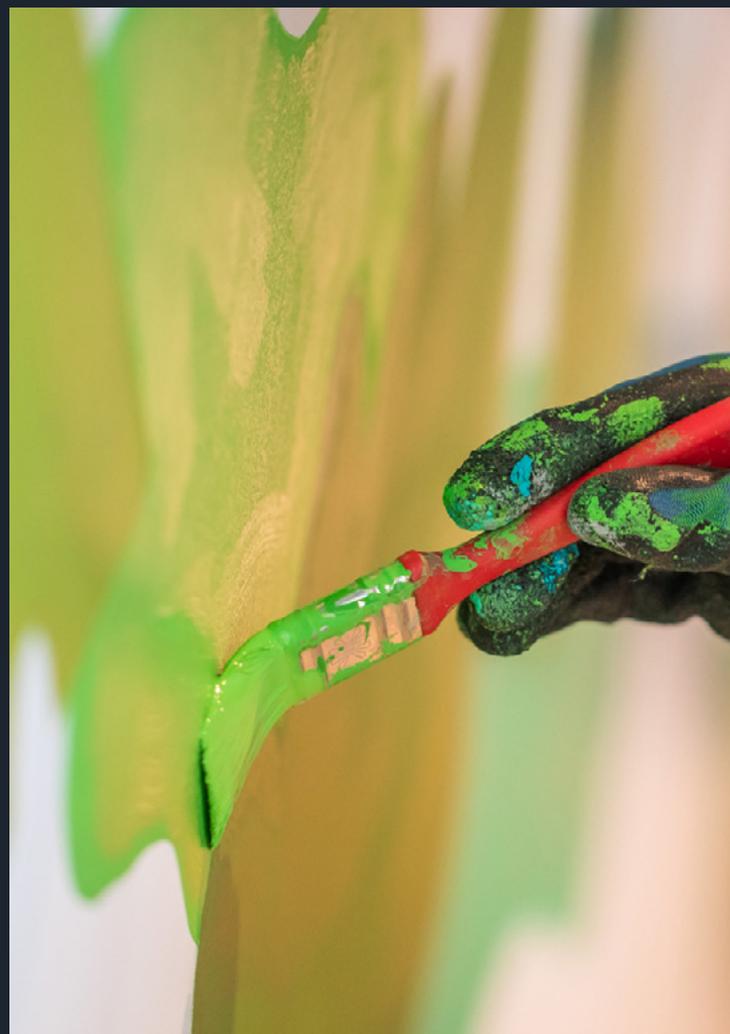




# Relatório de Sustentabilidade 2022

stone<sup>co.</sup>

# Sumário



## Apresentação

- 3 SOBRE O RELATÓRIO
- 4 CULTURA, PROPÓSITO E VALORES
- 5 MENSAGEM DA LIDERANÇA

## Nossa história inspirando nosso futuro

- 8 QUEM SOMOS
- 10 NOSSOS DESTAQUES 2022
- 11 NOSSA TRAJETÓRIA
- 12 OS IMPACTOS STONE CO.

## Jornada pela sustentabilidade

- 15 TEMAS ESTRATÉGICOS
- 16 TÓPICOS MATERIAIS

## Giro pelos negócios

- 19 NOSSA ATUAÇÃO
- 20 NOSSOS SEGMENTOS
- 22 NOSSOS ENCANTADORES
- 23 VENDAS E DISTRIBUIÇÃO DE NORTE A SUL
- 24 RELAÇÃO COM OS FORNECEDORES
- 25 INOVAÇÃO É A NOSSA VOCAÇÃO
- 27 NOSSOS NÚMEROS FINANCEIROS E OPERACIONAIS

## Nossa governança

- 29 MODELO DE GESTÃO
- 32 ÉTICA, INTEGRIDADE E COMPLIANCE
- 34 GESTÃO DE RISCOS

## Nossas pessoas

- 36 TIME STONE CO.
- 38 DIVERSIDADE E INCLUSÃO
- 38 EQUIPE ALINHADA
- 40 ATRAÇÃO E SELEÇÃO DE TALENTOS
- 42 DESENVOLVIMENTO DE TALENTOS
- 44 SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO
- 45 ATUAÇÃO SOCIAL POSITIVA

## Operação sustentável

- 49 GESTÃO AMBIENTAL

## Anexo

- 52 INDICADORES
- 60 SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI
- 64 CRÉDITOS

# Sobre o relatório

Reforçamos a transparência com todos os nossos públicos de relacionamento e lançamos o primeiro Relatório de Sustentabilidade anual, com base nas normas da Global Reporting Initiative (GRI), versão 2021, metodologia reconhecida pelas melhores práticas globais.

**GRI 2-2, 2-4**

A publicação traz detalhes das nossas atividades de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2022, mas também considera o crescimento ao longo dos anos. Os indicadores aqui apresentados levam em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.

Alguns indicadores GRI também serão reportados separadamente para o segmento de *software* (composto pela Linx, empresa de *software* de gestão para o varejo, adquirida em 2021),

em razão do processo de integração em curso entre as companhias. **GRI 2-3**

Além disso, destacamos a matriz de materialidade, que aponta os temas mais relevantes para os negócios da Stone Co., elaborada por consultoria externa por meio de consultas em toda a nossa cadeia de relacionamento. Os tópicos materiais estão relacionados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Organização das Nações Unidas (ONU). As informações financeiras aqui divulgadas foram auditadas pela Ernst & Young. **GRI 3-1, 3-2**

A nossa cultura e o nosso modelo de gestão e de negócios são detalhados neste documento que percorre a nossa história, governança, riscos, oportunidades e soluções. Em caso de dúvidas sobre as informações do relato, envie e-mail para: [sustentabilidade@stone.com.br](mailto:sustentabilidade@stone.com.br).

**GRI 2-3**

## Conectar nossa atuação aos ODS possibilita avançar em nossa agenda de sustentabilidade



# Cultura, Propósito e Valores

Somos únicos por causa da nossa cultura que guia nosso comportamento. Mais do que palavras estampadas nas paredes, temos um propósito muito claro e cinco valores que norteiam as nossas atitudes no dia a dia.



## Propósito

**Servir o empreendedor brasileiro, transformando seus sonhos em resultado.**

Desde o início da companhia, a crença que nos guia é a de que o empreendedor é o motor da economia do Brasil, e que nós, como seus parceiros, ao oferecer condições mais justas, maior acesso a tecnologia e mais tempo através de um serviço e atendimento do mais alto padrão, com pessoas genuinamente interessadas em ouvir seus problemas e ajudar a resolvê-los rapidamente, podemos por consequência, gerar um impacto positivo em toda a economia e também na sociedade. Essa crença se traduz na máxima: **o cliente é a razão.**

**Servimos o empreendedor brasileiro, ajudando-o a vender mais, gerir melhor o seu negócio e crescer.** Fazemos isso ao promover relações financeiras mais harmoniosas, aumentando a produtividade dos negócios dos nossos clientes e construindo mais opções de venda. Somos uma força positiva na transformação do varejo e da indústria financeira por meio de relações mais equilibradas.

## Valores

**OWN IT**

**Own it:** pense como dono, ter espírito de dono te faz conquistar a liberdade. E toda liberdade sempre acompanha muita responsabilidade.

**N\* BULLSHIT**

**No bullshit:** vá direto ao ponto, aja com simplicidade, seja rápido, faça direito e com eficiência.

**TEAM PLAY**

**Team play:** se você quer ir rápido, vá sozinho. Se quer ir longe, trabalhe em equipe. Busque gente melhor que você.

**LIVE THE RIDE**

**Live the ride:** acorde todos os dias com energia e paixão para encarar seus desafios. Lembre-se que feito é melhor que perfeito, mas não pode ser malfeito.

**THE REASON**

**The reason:** o cliente não tem sempre razão. O cliente é a razão.

---

# Mensagem da liderança GRI 2-22

Somos uma empresa que se inspira na força do empreendedor, se prepara para enfrentar novos desafios e fortalece o engajamento com os públicos de relacionamento

---

O nosso propósito é servir o empreendedor, ajudando-o a vender mais e gerir melhor seu negócio. O nosso jeito de ser nos possibilitou alcançar excelentes resultados em 2022, de servir o empreendedor brasileiro e transformar sonhos em resultados.

Para isso, proporcionamos tecnologia de ponta, distribuição hiperlocal (agentes comerciais e logísticos espalhados por todo o Brasil), diversidade de canais e atendimento humanizado e sob demanda. O Brasil tem mais de 5.500 municípios e a nossa operação cobre grande parte deles. Temos 2,6 milhões de clientes entre micro, pequenos e médios empreendedores.

Em uma avaliação com parceiro externo, conseguimos mensurar o impacto de nossa atuação por meio do aumento de faturamento dos clientes em regiões com menor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), devido à democratização do acesso a esses serviços.

Esse resultado se conecta ao nosso propósito de fazer do cliente a nossa razão, que nos guia desde o início da nossa história. Desde 2012, temos construído uma trajetória de pioneirismo desafiando o duopólio no mercado de pagamentos no Brasil e contribuimos para um ambiente de competição positiva, com a queda nas taxas de juros para os estabelecimentos.



Como resultado de um conjunto de fatores, aprendizados e frutos da trajetória percorrida até aqui, tivemos em 2022, um aumento de 46,3% no número de clientes de pagamentos.

Integridade, adaptabilidade, agilidade e resiliência são o elementos-chave que guiam o nosso dia a dia e podem ser traduzidos em resultados. Crescemos em lucro, volume transacionado, número de clientes e pessoas trabalhando em nossa companhia.

Nossa receita dobrou em 2022, chegando a R\$ 9,6 bilhões, e o lucro líquido ajustado cresceu 520%, totalizando R\$ 526 milhões. Fechamos o ano com caixa líquido ajustado de R\$ 3,5 bilhões, permitindo nosso investimento contínuo no negócio e no que acreditamos. Nada seria possível sem o nosso time alinhado, pessoas com uma cultura forte, com olhar de dono e foco no cliente e no resultado.

Nossa estratégia comercial para as micro, pequenas e médias empresas (MPME) foi fundamental para nosso sucesso. Otimizamos nossas duas marcas, Ton e Stone, oferecendo soluções adequadas e customizadas para cada tipo de cliente. Impulsionamos a nossa solução de conta digital, com um aumento significativo nos depósitos de clientes. Em 2022, também ganhamos escala em *software* de gestão e melhoramos as margens operacionais. Ao mesmo tempo que nos dedicamos ao empreendedor brasileiro, apoiamos diversas iniciativas de desenvolvimento educacional e

financeiro, dando oportunidade de crescimento pessoal e profissional por meio dos nossos investimentos sociais.

Educação para nós é a peça fundamental para a transformação do país, pois acreditamos na formação de pessoas como um dos pilares para a construção de um mundo melhor.

À medida que aumentamos a nossa responsabilidade com a sociedade, decidimos aperfeiçoar a temática da sustentabilidade, investindo no aprimoramento e na adoção de práticas e princípios ESG. Em 2022, tivemos diversas iniciativas nesse sentido, e o relatório de sustentabilidade traz esses resultados. Sabemos que ainda há muito a ser feito, mas estamos orgulhosos da nossa evolução e entendemos que estamos na direção correta.

Investimos no desenvolvimento de nossas pessoas e em uma equipe plural, com habilidades complementares. Isso possibilita sermos uma empresa ainda mais forte e preparada para enfrentar novos desafios e potencializar o engajamento com clientes, investidores, reguladores, fornecedores e a sociedade. Empenhamos também esforços para reduzir nosso impacto ambiental e, em 2022, construímos o nosso primeiro Inventário de Gases do Efeito Estufa (GEE) e queremos cada vez mais contribuir para uma economia de baixo carbono em nosso ecossistema.

Na área de governança corporativa, ao longo de 2021 e 2022, executamos importantes mudanças na gestão da companhia, dentre as quais destacamos as movimentações no nosso Conselho de Administração, que passou a ter 66,6% de membros independentes e 22,2% de mulheres na sua composição.

Acima de tudo, sabemos o quanto nosso desempenho impacta positivamente o país. Ao ajudar nossos empreendedores a venderem mais, estamos contribuindo para o motor da economia continuar girando, gerando empregos e acelerando o varejo. Para 2023, uniremos ainda mais forças com as nossas pessoas, parceiros e fornecedores para reforçar nosso compromisso em transformar sonhos em resultados.

**Pedro Zinner**  
CEO



**O Brasil tem mais de 5.500 municípios e a nossa operação está presente em grande parte deles**

# Nossa história inspirando nosso futuro

---

## NESTE CAPÍTULO

- 8 QUEM SOMOS
- 10 NOSSOS DESTAQUES 2022
- 11 NOSSA TRAJETÓRIA
- 12 OS IMPACTOS STONE CO.



# Nossa história inspirando nosso futuro

GRI 2-1, 2-2, 2-6

Buscamos entender as dificuldades dos nossos clientes, construindo soluções acessíveis para empoderar o empreendedor e para que ele seja protagonista na gestão do seu negócio

## Quem somos

Iniciamos a nossa jornada em 2012, na Rua da Quitanda, no Rio de Janeiro, com um único objetivo: tornar a vida dos lojistas brasileiros mais fácil, ajudando-os em um dos momentos mais importantes da sua jornada: a venda. Naquela época, o setor de pagamentos funcionava por meio de duplão, com dominância entre bandeiras e adquirentes existentes. Essas circunstâncias levavam o lojista a ter que pagar custos extremamente elevados em troca de um serviço de baixa qualidade.

Fomos pioneiros ao desafiar esse cenário no país, com o objetivo de tornar mais justa a oferta de serviços financeiros para os lojistas. Em 2017, nos tornamos a primeira entidade não bancária a obter autorização do Banco Central

para operar como adquirente no modelo de instituição de pagamentos.

Para conquistarmos os lojistas brasileiros, criamos uma abordagem própria chamada de Modelo Negócios Stone, combinando três importantes pilares:

- 1. Tecnologia avançada** de ponta a ponta e baseada em nuvem;
- 2. Distribuição integrada e hiperlocal:** agentes comerciais e logísticos espalhados por todo o Brasil;
- 3. Atendimento humanizado ao cliente** com gente comprometida em resolver e encantar.



## A combinação de *Software* e Serviços Financeiros é promissora. Investimos e acreditamos nesse arranjo como importante aliado na estratégia de seguir como o principal parceiro dos empreendedores no Brasil

O cliente sempre foi a nossa razão de existir e, por isso, desenvolvemos uma forte cultura centrada no lojista brasileiro, que busca encantá-lo no lugar de simplesmente fornecer uma solução ou serviço, ajudando-o na transformação de seus sonhos em resultados.

Sabíamos que a nossa jornada não poderia parar apenas no setor de pagamentos, já que o lojista enfrentava dificuldades para gerir e alavancar seu negócio. Dessa forma, temos evoluído para nos tornar uma plataforma completa, desenvolvendo uma ampla gama de soluções nos segmentos de serviços financeiros e *software* de gestão. Em serviços financeiros (além das nossas soluções de pagamentos) passamos a oferecer

também conta digital e soluções de capital de giro, voltados principalmente para micro, pequenas e médias empresas (MPME).

Em *software*, investimos em diferentes empresas, incluindo as que oferecem soluções de POS (*software* desenvolvido especialmente para o ponto de venda – PDV), ERP (sistema integrado de gestão empresarial), entre diferentes verticais do varejo, ferramentas de engajamento e soluções de CRM. Em conjunto com esses investimentos, adquirimos a Linx em 2021, nos tornando líderes em *software* de gestão para o varejo do Brasil. A integração das companhias segue em curso e estamos animados para oferecer uma experiência completa e eficiente aos nossos clientes.

## Brasil com S



Criamos a série **Brasil com S**, em nosso canal do YouTube, para valorizar ainda mais os nossos clientes e suas trajetórias no empreendedorismo. São diversos episódios que contam histórias por trás dos negócios que nos movem a exercer o nosso papel: ajudar nossos clientes a transformar sonhos em resultados.

# Nossos destaques 2022



**2,6 milhões**

de clientes entre micro, pequenos e médios empreendedores



**R\$ 367,4 bilhões**

de volume total de pagamentos em 2022



**R\$ 1,4 bilhão**

de receita líquida de *software* em 2022 (106,9% superior a 2021)



**+150 mil**

lojas ativas com automação Linx



**R\$ 9,6 bilhões**

de receita líquida total em 2022 (98,8% a mais que em 2021)



**R\$ 716,4 milhões**

de lucro ajustado antes de impostos



**14.799**

pessoas integram o time Stone Co.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Este indicador leva em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.



**R\$ 3,5 bilhões**

de caixa líquido ajustado



Presentes em todos os estados do país, em

**+5.500**

municípios cobertos pelos nossos canais de venda

# Nossa trajetória

Uma história de pioneirismo, sucesso e inovação

A Stone nasce com o propósito de desenvolver soluções inovadoras para os pequenos e médios negócios. No mesmo ano é criada a Mundipagg, empresa de pagamentos *on-line* do grupo.

Conquistamos a licença de aquisição de Visa e Mastercard, um passo importante para a nossa entrada nesse mercado. A Pagar.me, *fintech* voltada para pequenos negócios e *startups*, é incorporada e passa a fazer parte do ecossistema da Stone.

Após dois anos de estruturação, a Stone inicia sua operação no mercado de pagamentos, oferecendo serviços mais justos para os lojistas, quebrando barreiras e libertando negócios dos bancos tradicionais. Esse é o momento em que nosso cliente Geraldo, mais conhecido como “Mineiro”, realizou a primeira transação da Stone.

Começamos a estruturar o nosso time e mais uma vez inovamos, criando o primeiro polo (nosso modelo de distribuição presencial para atender os pequenos e médios varejistas), em Cabo Frio (RJ).

Montamos nossa área de Relacionamento com o Cliente (RC), composta 100% por um time de atendimento próprio, garantindo um maior nível de serviço à nossa razão.

Estruturamos a nossa área de Logística e começamos a alocar os Green Angels (nossos agentes logísticos), fundamentais para nosso modelo de distribuição pelo país.

2012

2013

2014

2015

2016

2017

Com um time de 3 mil pessoas e mais de 130 mil clientes, reunimos todas as empresas do ecossistema e oficialmente nos tornamos Stone Co. Unidos, nossa cultura ganhou força e mais identidade.

Também nos tornamos a primeira entidade não bancária a obter autorização do Banco Central para operar como adquirente no modelo de instituição de pagamentos.

2018

Do Brasil para o mundo: quando alcançamos mais de 200 mil clientes e 5% do mercado de aquisição no país, decidimos abrir capital. Nosso IPO aconteceu na bolsa de valores americana, a Nasdaq, com a presença do nosso primeiro cliente: o Mineiro, que nos ajudou a apertar o botão, marcando o início da negociação das nossas ações. A presença dele junto ao nosso time, em Nova York (EUA), foi a representação verdadeira do nosso propósito, do espírito de empreendedorismo e da valorização de jovens talentos, ajudando a tornar o momento ainda mais marcante na nossa história.

2019

Lançamos nossa primeira campanha nacional na televisão aberta, mostrando com orgulho nossos conceitos e valores. E, com esse crescimento e visibilidade, lançamos também um novo produto: a conta Stone.

2020

Mesmo sendo um ano de pandemia, ampliamos nosso ecossistema. No começo do ano, lançamos a marca Ton, nossa solução de pagamentos com foco nos microempreendedores.

Em meados de março, enfrentamos junto aos nossos clientes o desafio da pandemia do covid-19. Concedemos R\$ 100 milhões em crédito, com condições especiais, para ajudar nossos empreendedores no dia a dia dos seus negócios mesmo de portas fechadas.

Somamos mais de 7 mil pessoas no nosso time, 650 mil clientes no Brasil e cerca de R\$ 210 bilhões transacionados ao longo do ano.

2021

No ano, atingimos a receita de R\$ 4,8 bilhões, TVP (métrica para definir o valor movimentado por meio dos pagamentos da empresa) de R\$ 275,4 bilhões e 1,8 milhões de clientes ativos de pagamentos no Brasil, com maior representatividade dos nossos clientes de Ton.

Fortalecemos os investimentos sociais da companhia, criando o Stone Impacta.

Adquirimos a Linx, empresa brasileira líder em *software* de gestão para o varejo, com foco no desenvolvimento e fornecimento de soluções de *software* acessíveis, fáceis de usar, confiáveis e integrados aos diferentes canais dos lojistas.

2022

Alcançamos 14.799 pessoas na equipe, R\$ 9,6 bilhões de receita total e 2,6 milhões de clientes ativos de pagamentos no Brasil. Começamos a dar os primeiros passos para oferecer aos empreendedores brasileiros um ecossistema que integra serviços financeiros e *software* de gestão.

Lançamos o Tap Ton, Solução do Ton, permitindo que o celular se transforme em uma maquininha (saiba mais na p. 25).



## Os impactos Stone CO. GRI 203-2

Desde o começo da nossa história, nos esforçamos para garantir que nossa empresa contribua para a criação do Brasil do futuro. Acreditamos que ao servir nossos clientes na transformação dos seus sonhos em resultados, contribuimos para destravar o potencial de cada um deles, impactando assim não só negócios, como indivíduos, famílias e comunidades.

As pequenas e médias empresas (MPME) representam 99% de todas as empresas no país, 54% dos empregos formais e, aproximadamente, 30% do PIB nacional. Muitas MPME ainda enfrentam desafios como taxas de juros mais altas para financiamento de curto prazo, acesso limitado ao crédito e falta de treinamento empresarial formal.

Foi em um contexto semelhante que tivemos um papel importante dentro do mercado de adquirentes ao contribuir positivamente para o aumento da competição, reduzindo assim as taxas cobradas aos estabelecimentos.

Para nós, diminuir as taxas e oferecer melhores serviços significa impulsionar também regiões por todo o Brasil. Por isso, ao longo do nosso processo de crescimento, não só desenvolvemos uma logística própria para alcançarmos municípios mais interioranos do país – chegando em 2022 a quase todos eles –, mas também nas regiões mais pobres. E o resultado foi positivo, nesse processo avaliamos por meio de um estudo de impacto que o desenvolvimento dessas regiões vem ainda associado a um processo de inclusão financeira.

Nesse contexto, para mensurar o impacto positivo da Stone no desenvolvimento dos negócios dos nossos clientes e como geramos valor e potencializamos o desenvolvimento em pequenas cidades, realizamos uma avaliação elaborada pelos economistas Sergio Firpo, Clarice Martins e Thaline do Prado. A pesquisa foi organizada em 2022 pelos times de Sustentabilidade e de Economic Research da Stone e o Instituto Propague.

## Queremos construir o país do futuro

Entre 2016 e 2022, a Stone passou a oferecer seus serviços em municípios onde há um menor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), onde a desbancarização é mais forte e há menor presença de agências, pessoas detentoras de contas correntes e usuárias de cartão de crédito. Em um cenário como esse, a chegada da Stone Co. aparece como uma expansão da oferta de serviços financeiros a um público pouco atendido, criando a oportunidade para que lojistas contratem crédito por meio da antecipação de recebíveis via credenciadora, por exemplo. Considerando o histórico de dificuldade de acesso a crédito pelo pequeno varejista no Brasil, em especial fora dos grandes centros urbanos, essa interiorização da companhia para municípios mais excluídos tanto em critérios socioeconômicos quanto financeiros passa a representar uma oportunidade de acesso. Ainda que o uso de cartão registrado pela população dessas localidades seja mais baixo, aqueles que o possuem terão maior facilidade de usá-lo e a disponibilidade de maquininhas pode servir de incentivo ao uso do método de pagamento.

Uma análise mais aprofundada ainda mostrou que o impacto da entrada da Stone Co. nos municípios foi justamente maior naqueles onde há menor renda. A avaliação de impacto mostrou, mais especificamente, que não só a entrada da Stone Co. representou um aumento de TPV para

os empreendedores, movimento mais intenso em municípios com baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Para esse mesmo público, o crescimento das vendas foi maior na medida em que o tempo de relacionamento com a Stone Co. se alongava, indicando o impacto positivo da empresa na vida do empreendedor ao longo do seu tempo como cliente da companhia.

Outro resultado relevante sobre a atuação da Stone Co. em municípios de baixo IDH é o de que o *ticket* médio desses lojistas caiu após o primeiro trimestre ao utilizarem as soluções da companhia. O dado captura a bancarização que ocorre nesse meio tempo, refletindo um possível aumento do uso do cartão como meio de pagamento de forma mais rotineira e para compras de menor valor.

Nesse sentido, a Stone Co. tem um papel relevante por ser parte da estrutura que permite a estabelecimentos e consumidores usufruírem dos benefícios das transações de pagamentos via meios eletrônicos.

Queremos construir o país do futuro por meio dos nossos produtos e serviços, que proporcionam aos nossos clientes progredirem. Sabemos que os desafios são múltiplos, por isso queremos ajudar a mover o Brasil para frente, apoiando os pequenos e médios empreendedores.



# Jornada pela sustentabilidade

## NESTE CAPÍTULO

15 TEMAS ESTRATÉGICOS

16 TÓPICOS MATERIAIS



# Jornada pela sustentabilidade

GRI 2-22, 2-29, 3-1

Estamos comprometidos com uma agenda que impacte positivamente os desdobramentos dos nossos negócios nas áreas ambiental, social e de governança

## Temas estratégicos

Mais de 2,6 milhões de empreendedores tiveram seu potencial alavancado por meio de nossas soluções, com pagamentos eficientes, gestão inteligente e atendimento ao cliente que se tornou referência no mercado.

Somos uma equipe de transformadores inspirados pela força do empreendedor. Nos colocamos como uma companhia do futuro, que escolhe mover a economia do país de maneira sustentável ao gerar oportunidades e reduzir lacunas sociais.

Cada vez mais estamos comprometidos com o desenvolvimento de uma agenda de sustentabilidade e a forma como podemos influenciar e impactar positivamente a sociedade. À medida que ampliamos nossos negócios, aumentam os

desafios de ganhar eficiência em nossas operações. Assim, investimos em nosso primeiro inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) para termos parâmetros para a redução de emissões de carbono. Construimos, também, junto a uma consultoria externa, a nossa primeira matriz de materialidade. Esse processo identificou e priorizou nove temas mais relevantes (de uma seleção de 18) para os nossos públicos de relacionamento.

Os tópicos levantados orientam as diretrizes para a elaboração da estratégia ESG da Stone Co., em processo de construção. Para fortalecer os trabalhos conectados aos critérios ambiental, social e de governança, a área de Sustentabilidade foi atrelada à Diretoria de Gente & Gestão. **GRI 2-17**



A materialidade foi elaborada por meio de análises de documentos internos, externos, consultas a clientes, *players* de mercados e instrumentos setoriais. A definição dos tópicos passou por cinco etapas.



### Definição

Propósito, escopo e ferramentas a serem utilizadas.



### Análise

As prioridades de cada público consultado, interno e externo, foram cruzadas e inseridas em uma matriz de pontuação, resultando em uma média com os nove temas mais relevantes no contexto geral.



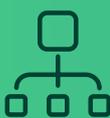
### Identificação

Mapeamento de *stakeholders* e refinamento da lista de tópicos. Foram efetuadas análises para construção da lista de temas, posteriormente oferecida aos *stakeholders* (executivos e provedores de capital, colaboradores, clientes e fornecedores) para priorização. Em cada tema, foram levantados os impactos socioambientais, riscos e impactos financeiros e elaborada também uma descrição geral.



### Validação

Os temas, enquadrados nas áreas ambiental, social e de governança, foram aprovados pela liderança, que considerou critérios como risco, oportunidade e estratégia diante dos assuntos propostos. Nessa fase, foi realizada a correlação de cada tema com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU), com metas específicas até 2030.



### Priorização

Levantamento das perspectivas de impacto e financeira dos executivos, *stakeholders*, especialistas e provedores de capital. O cenário de consultas foi construído para cobrir todos os eixos de análise de materialidade (impactos socioambiental e financeiro, e percepção de relevância). Essa etapa contou com uma consulta *on-line* a **3.164 participantes**.

## Dupla materialidade

A matriz segue o conceito de dupla materialidade, nova metodologia que considera três eixos:

### Eixo X – Materialidade financeira

Aborda riscos e impactos financeiros no negócio, a probabilidade e a magnitude. A investigação é feita numa perspectiva de analistas (executivos e provedores de capital).

### Eixo Y – Materialidade de impacto socioambiental

Apresenta os principais impactos sociais e ambientais do negócio, negativos e positivos. Avalia a magnitude, gerenciabilidade, real/potencial, responsabilidade e reversibilidade. O engajamento é feito por especialistas internos e externos e por consultoria especializada em sustentabilidade (rpt.estratégia).

### Eixo Z – Relevância para *stakeholders*

Abordagem da percepção de impacto dos públicos de relacionamento da Stone Co., complementa o processo para consolidar a avaliação.

TÓPICOS MATERIAIS<sup>1</sup> GRI 3-2, 3-3

	DESCRIÇÃO	GRI	ODS
	<b>1. Educação financeira</b> Promoção do acesso a informações. Capacitação sobre modalidades, financiamentos e sobre gestão de negócios, de modo a aumentar autonomia e liberdade de escolha de clientes e da sociedade, auxiliar na tomada de decisão consciente e melhorar a segurança financeira e prosperidade do negócio.	404-1, 404-2	 (4.4)  (8.3)
	<b>2. Privacidade e segurança de dados</b> Garantia de segurança na coleta, retenção e uso de dados sensíveis e confidenciais no uso do <i>site</i> e aplicativo, bem como no uso das maquininhas, garantindo a cibersegurança e a privacidade no uso das informações, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).	418-1	-
	<b>3. Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores</b> Estratégias para atração e retenção de talentos, desenvolvimento dos colaboradores, estruturação de trilhas de carreira, reconhecimento, remuneração, benefícios, engajamento e capacitação de funcionários, buscando a redução na rotatividade de funcionários ( <i>turnover</i> ).	401-1, 401-2, 401-3, 404-3	 (4.3, 4.4)  (8.8)
	<b>4. Ética, integridade e compliance</b> Garantia de transparência contábil, em conformidade com normas, leis e práticas anticorrupção, promoção do código de conduta e dos atributos de ética nos processos organizacionais, e combate às práticas anticompetitivas e ao suborno.	205-1, 205-2, 205-3	 (16.5)
	<b>5. Inovação e tecnologia</b> Investimento em inovação que possibilite a capacidade de adaptação a novos cenários e tendências de mercado e que garantam diferencial competitivo à empresa e impulsionam o cliente. Uso de tecnologias mais limpas.		 (8.2)  (9.4, 9.5)
	<b>6. Qualidade e segurança do produto e serviço, e relacionamento com os clientes</b> Gestão e investimentos para garantir a segurança e alta qualidade e segurança do serviço e produto entregues pela empresa, incluindo atendimento e logística. Promoção de comunicação clara, aberta e transparente com os clientes, com alinhamento de expectativas quanto aos serviços. Gestão de reclamações e atendimento às demandas dos clientes, fidelidade e satisfação do cliente.		
	<b>7. Segurança, saúde e bem-estar de colaboradores</b> Garantia do bem-estar e da saúde do trabalhador através da gestão do ambiente organizacional, prezando pela segurança e saúde, especialmente mental, dos colaboradores, terceiros e de suas famílias.	403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9	 (8.8)
	<b>8. Diversidade, inclusão e equidade</b> Garantia de equidade e promoção da inclusão em termos de cor/raça, gênero, idade, origem regional, deficiências e de sexualidade, inclusive em cargos de liderança, promoção de ambiente acolhedor a todos, e garantia do respeito à pluralidade de opiniões.	405-1, 405-2, 406-1	 (5.1, 5.5)  (8.5)  (10.2)
	<b>9. Democratização do acesso ao serviço e desenvolvimento local</b> Acesso amplo aos produtos e serviços oferecidos pela empresa, abrangendo um público diverso economicamente, inclusive pequenos empreendedores, contribuindo para seu desenvolvimento socioeconômico, bem como para o desenvolvimento local.	203-1, 203-2, 413-1	 (8.3, 8.10)  (10.1, 10.2, 10.6)

<sup>1</sup> Os limites de impactos dos temas 3 e 7 são dentro da empresa; os 2, 4, e 5 são dentro e fora; e os 1, 6, 8 e 9 são dentro e fora da companhia.

# Giro pelos negócios

## NESTE CAPÍTULO

- 19 NOSSA ATUAÇÃO
- 20 NOSSOS SEGMENTOS
- 22 NOSSOS ENCANTADORES
- 23 VENDAS E DISTRIBUIÇÃO DE NORTE A SUL
- 24 RELAÇÃO COM OS FORNECEDORES
- 25 INOVAÇÃO É A NOSSA VOCAÇÃO
- 27 NOSSOS NÚMEROS FINANCEIROS E OPERACIONAIS



# Giro pelos negócios

Temos o sonho de ser a primeira empresa brasileira de tecnologia da proximidade

## Nossa atuação

**GRI 3-3: gestão de tema material (Inovação tecnológica + Qualidade e segurança do produto e serviço e relacionamento com os clientes + Democratização do acesso ao serviço e desenvolvimento local)**

Somos movidos pela inovação e evolução, e isso nos faz entender o importante papel que desempenhamos na democratização do acesso aos serviços financeiros e na criação das nossas soluções, descomplicando etapas (da contratação à distribuição), proporcionando tecnologia – que aproxima e cria novas experiências –, e um atendimento humanizado, que nos orgulha, para os empreendedores consolidarem seus negócios com taxas justas (*leia sobre Encantadores de clientes na p.22*).

Com o passar do tempo, fizemos aquisições, desenvolvemos tecnologias e recrutamos ainda mais talentos para continuar construindo o nosso propósito “pintando o mundo de verde”. Construímos uma plataforma completa de soluções

para lojistas de vários tamanhos (do micro aos de grande porte) e segmentos, com foco em serviços financeiros e *software* de gestão.

### Alguns produtos lançados retratam esse propósito:

- Em 2020, lançamos o **Ton**, uma solução de pagamentos focada no microempreendedor e nos profissionais autônomos. Sem aluguel ou mensalidade e com taxas acessíveis, o Ton é uma opção segura (suporte 24 horas, sete dias por semana) com atendimento por assistente virtual e também equipe especializada. Toda a gestão do cliente pode ser feita por aplicativo. A criação desse produto proporcionou a inclusão de milhares de



clientes no sistema financeiro, antes desbancaizados. Isso nos levou para mais perto da nossa missão de ser o principal parceiro do empreendedor brasileiro.

- Em 2022, foi a vez de lançar a **Super Conta Ton**, também voltada ao microempreendedor, mas com funcionalidades adicionais, como a aceitação de Pix. O produto proporcionou impactos positivos entre o quarto trimestre de 2022, com crescimento acelerado do número de contas ativas em *banking*. Pensando na capilaridade que poderíamos atingir por meio dos nossos lojistas, criamos o Renda Extra, por meio do qual o empreendedor ganha comissão indicando as maquininhas do Ton e produtos parceiros.

Temos a obsessão em servir, buscar excelência e encantar ao atendermos os nossos clientes



## Nossos segmentos

Com a finalidade de trazer maior transparência e clareza do nosso negócio para o mercado, em 2022, tomamos a decisão de dividir o nosso negócio em duas grandes frentes: Serviços financeiros e *Software*.

## Serviços financeiros e *software* de gestão estão no foco da plataforma de soluções oferecidas aos lojistas de vários segmentos

## Serviços financeiros

Segmento que abrange nossa oferta de serviços tanto para micro, pequenas e médias empresas (MPME) quanto para grandes contas (serviços de plataforma e subadquirentes). Nossas soluções incluem:



**Soluções de Pagamento:** permitem ao lojista que aceite cobranças por diversos métodos de pagamentos eletrônicos e alternativos, como: cartão de crédito e débito, *voucher*, boletos e transações por Pix. Possibilitamos uma ampla gama de transações em lojas físicas e digitais de maneira rápida e fácil. Fornecemos, também, produtos digitais para ajudar os comerciantes a melhorar a experiência de seus consumidores, como o *split* de pagamentos, processamento de pagamentos múltiplos, pagamentos recorrentes para assinaturas e funcionalidade de compra com um clique.



**Soluções de Pré-Pagamento:** ajudamos nossos clientes a administrar as necessidades de capital de giro e a planejar o futuro, oferecendo opções de pré-pagamento, que consistem em fazer a liquidação de uma transação de cartão com desconto antes da data de liquidação original. Essa solução oferece aos clientes transparência e controle sobre seus

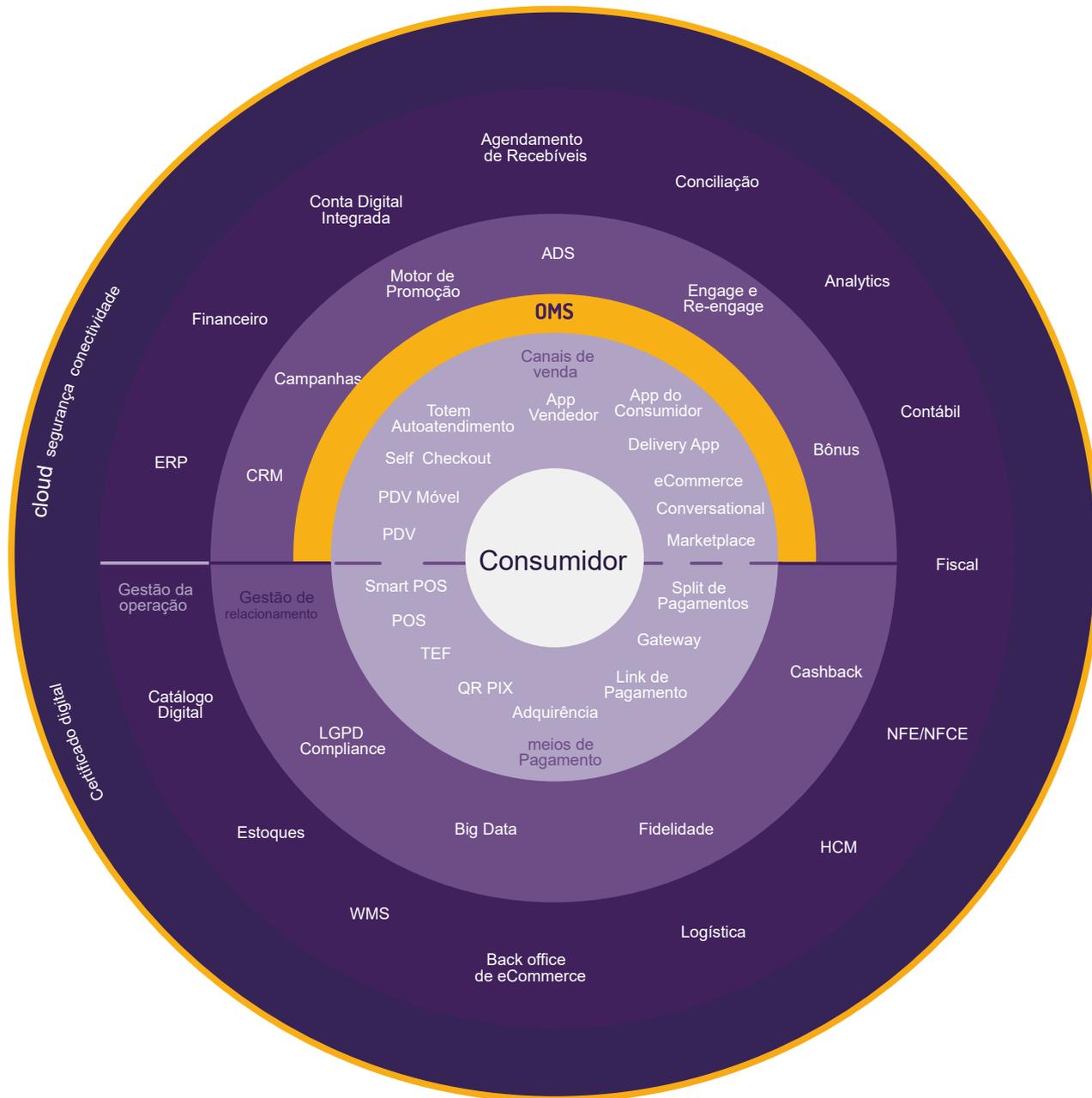
recebíveis e permite que administrem melhor seu fluxo de caixa para ajudar no crescimento do negócio.



**Soluções de Conta Digital:** conta de pagamento digital que pode ser integrada ao POS e permite receber e efetuar pagamentos, emitir boletos, pagar impostos, fazer transferências Pix, tudo de forma econômica e fácil de usar. Além disso, oferecemos soluções de seguro de lojas, seguro de vida e seguro saúde.



**Soluções de crédito:** disponibilizamos crédito aos nossos clientes para expandir seus negócios. Nossa oferta permite o pagamento de empréstimos por meio da retenção automática de uma porcentagem de seus recebíveis de cartão de crédito. Deixamos temporariamente de oferecer a solução de crédito para novos clientes desde julho de 2021. Evoluímos desde então, focando na construção de um processo para a concessão de crédito, buscando sofisticar nossos modelos de decisão por meio do aprimoramento de dados, fortalecendo nossa equipe, entre diversas outras melhorias.



## Software

Nosso objetivo é prover a melhor ferramenta de gestão para os lojistas brasileiros e ajudá-los a vender mais por meio de vários canais. Embora nosso foco principal seja o crescimento orgânico de nossos negócios, fizemos aquisições estratégicas para reforçar nossa posição competitiva, melhorar nossas operações e expandir nossos negócios. Desde a nossa criação, estabelecemos um histórico de investimentos, aquisições e integrações bem-sucedidas de soluções e negócios complementares.

Como o nosso propósito é sempre ir além na nossa parceria com o empreendedor, finalizamos, em 2021, a aquisição da Linx, **a maior empresa de software para o varejo no Brasil**. O processo de integração (e demais empresas previamente adquiridas) está em curso. O segmento completo de *software* é composto por duas frentes:

## Queremos ser o principal parceiro do empreendedor brasileiro



**Core:** soluções de *software* de POS e ERP (planejamento de recursos empresariais) para os clientes, simplificando as operações diárias e permitindo gerir melhor os seus negócios. Atendemos uma gama diversa de segmentos do varejo, incluindo lojas de vestuário, postos de gasolina, cosméticos, drogarias, calçados, entre outros. Também fornecemos soluções de *gateway* TEF (transferência eletrônica de fundos) e QR Code que permitem a integração de pagamentos e Pix no POS/ERP do cliente, agilizando operações e aumentando a segurança, bem como soluções de CRM, permitindo ao lojista conhecer melhor os seus clientes.



**Digital:** plataforma *omnichannel* (OMS) para melhor gestão dos negócios dos empreendedores por meio da integração de canais *on-line* e *off-line*, permitindo gerenciar melhor os estoques em um único ambiente. Temos também uma plataforma de *e-commerce* voltada para empresas de médio e grande portes e fornecemos aos clientes ferramentas de engajamento, proporcionando o envolvimento deles por meio de recomendação de pesquisa, reengajamento e publicidade. A solução de anúncios possibilita alcançar clientes de maneira eficiente, e nosso *marketplace hub* proporciona aos clientes que se conectem a diferentes plataformas de maneira integrada.

## Nossos Encantadores

Levamos a sério a máxima de que o cliente, além de ter sempre razão, é a nossa razão de existir. Nos orgulhamos de representar o atendimento humanizado e rápido no mercado por meio de tecnologia proprietária – de pessoa para pessoa. A gente encanta. Este é o jeito Stone de ser: atender em cinco segundos, com o “sorriso na voz” e ter sempre uma solução para ajudar nossos clientes.

Contamos com uma equipe de Relacionamento com o Cliente (RC) própria e terceirizada altamente capacitada, utilizando as melhores ferramentas tecnológicas para solucionar demandas com precisão e eficiência 24 horas por dia, todos os dias. Nossa equipe é especializada para garantir que a experiência do cliente seja a melhor possível. Também realizamos atendimento via BOT (*software* com comandos programados para atender clientes de forma automatizada). Em 2022, 88% das chamadas foram atendidas em até dez segundos para ligações e até quarenta segundos para os canais escritos. Além disso, 90% delas foram classificadas como “excelentes” por nossos clientes, de acordo com nossa pesquisa de satisfação (CSAT). Essa agilidade resultou em reconhecimentos e prêmios de atendimento ao longo da nossa história.

Em 2022, tivemos a maior nota de satisfação entre nossos concorrentes de acordo com o site Reclame Aqui. Atingimos 8,7 para nossa marca Stone e 9,0 para nossa marca Ton, diante da nota média de 7,9 dos nossos cinco principais concorrentes. O acompanhamento de indicadores da percepção do cliente em relação às nossas marcas (pesquisa de satisfação, monitoramento de reclamações e *feedbacks*, análises de métricas de engajamento) proporciona a tomada de decisões mais acertadas.

### Tecnologia de aproximação

Para estarmos próximos dos nossos clientes em todos os momentos, nós também utilizamos soluções tecnológicas. Para o produto Ton, contamos com suporte 24 horas de assistente virtual e equipe de atendimento especializada. A maior parte dos contatos são resolvidos pelo nosso *chatbot*, sem a necessidade da presença do time de Encantadores.

Em toda a jornada do cliente, utilizamos soluções de inteligência artificial (IA) para prever qualquer tipo de problema. O time de Relacionamento com o Cliente também faz uso dessa tecnologia, que coleta informações em tempo real proporcionando uma visão 360°



do lojista para entender os padrões históricos dos nossos clientes, monitorar as atividades e identificar proativamente anomalias que possam indicar um possível problema de atendimento ou oportunidade de vender uma nova solução.

Em 2022, nosso indicador de nível de serviço foi de

# 88%

das chamadas atendidas até dez segundos para ligações e até 40 segundos para os canais escritos.

## Vendas e distribuição de Norte a Sul: vamos longe para diminuir distâncias

O tripé relacionamento com o cliente, Agente Stone e Green Angel nos trouxe até aqui e nos impulsiona a continuar evoluindo para estarmos mais próximos dos empreendedores

Sempre buscamos estar mais perto dos nossos clientes para oferecer as melhores soluções e resolver eventuais problemas. O Brasil tem mais de 5.500 municípios e a nossa operação cobre grande parte deles. Atendemos 2,6 milhões de clientes, evoluindo nosso modelo de vendas para além dos polos\* próprios Stone e desenvolvendo canais relacionais e transacionais, a depender da proximidade que o cliente necessita.

Os canais relacionais, focados principalmente em pequenas e médias empresas, permitem alavancar a nossa distribuição presencial por meio de polos proprietários e franqueados, proporcionando um relacionamento mais próximo com nossos lojistas. Já os transacionais, que incluem vendas digitais e *inbound* (atração espontânea de clientes), auto-credenciamento e renda extra, são voltados para microempreendedores. Temos também o Programa de Parceiros, concentrado em clientes de Serviços de Plataforma, e Serviços Especiais, ambos direcionados a grandes contas.

Por meio da nossa estratégia de regionalização, atingimos a marca de algumas centenas de polos Stone (próprios ou franqueados) em operação em todo o Brasil, e projetados para ter um atendimento hiperlocal para comerciantes de pequenas e médias empresas em uma região geográfica designada. Os escritórios operacionais locais, situados especialmente em cidades de pequeno e médio portes (normalmente desconsideradas pela concorrência), abrigam um time integrado de vendas e logística. Essa estratégia possibilitou que estivéssemos cada vez mais perto dos nossos empreendedores e em todos os estados do Brasil, contribuindo para a geração de empregos locais, com novos postos de trabalho em pequenos territórios.

**Como principais aliados desse modelo de negócio, contamos com dois times de especialistas para oferecer atendimento com contato humano e próximo:**



### Agente Stone\*

Está nas ruas apresentando nossas soluções para os lojistas brasileiros. É ele quem conversa, escuta e entende as necessidades dos clientes, indicando as melhores soluções financeiras para a realidade de cada um. Trata-se de um time qualificado e treinado para oferecer vendas e suporte personalizados e eficazes diretamente na porta de nossos clientes. Acreditamos que, por estarmos próximos de nossos clientes (fisicamente presentes), temos a capacidade única de atender às necessidades específicas e reagir rapidamente às mudanças em cada mercado local. Nossos Agentes Stone são apoiados por uma plataforma própria de tecnologia integrada, que combina uma roteirização inteligente com mapeamento do comportamento do lojista, possibilitando fornecer serviços de vendas e atendimento de forma eficiente.

### Green Angel\*

Responsáveis pela logística, os times locais especializados fornecem suporte sob demanda. São incorporadas aos nossos polos e interagem com os Agentes Stone e a nossa equipe centralizada de relacionamento com o cliente e utilizam nossa plataforma de logística baseada em nuvem para atender rapidamente às necessidades dos clientes. Assim que tomam conhecimento de um problema ou demanda, os Green Angels se locomovem para atender mais rapidamente o cliente, auxiliando-o e gerando proximidade e confiança na relação. Os Green Angels podem entregar terminais, ajudar na instalação, auxiliar na configuração da conectividade Wi-Fi de um lojista, substituir peças ou outros serviços.



*\*Polos: modelo de distribuição presencial para atender pequenos e médios varejistas;  
Agentes Stone: time focado em oferecer vendas e suportes personalizados aos clientes;  
Green Angels: time que faz parte da operação logística e responsável por entregar as maquininhas para os lojistas.*



## Relação com os fornecedores

A Stone não tem apenas fornecedores, mas parceiros. Entendemos que relações comerciais saudáveis são aquelas que geram benefícios proporcionais aos dois lados. Para firmar essa relação e fornecer bens e serviços é necessário estar totalmente alinhado aos nossos princípios e fundamentos.

Selecionamos os fornecedores pela qualidade e competitividade, com processos de concorrência justos, éticos, técnicos e profissionais, regidos pela nossa Política de Compras e Política de Homologação de Fornecedores. Os interessados em fazer negócios com a Stone têm acesso às mesmas informações durante a negociação, cotação e aquisição. Escolhidos os fornecedores, há um processo de homologação para verificar a idoneidade e o cumprimento das leis e regulações aplicáveis ao negócio. Como critério de avaliação de risco, buscando eficiência e segurança no fornecimento, avaliamos questões criminais, trabalhistas, ambientais, regulatórias, tributárias, de integridade, judiciais e cadastrais.

Os fornecedores também conhecem as diretrizes do nosso Código de Ética e da Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo. Todo o procedimento de contratação é feito em consonância com a Resolução BCB nº 85/2021 do Banco Central, que dispõe sobre a segurança cibernética e requisitos para a contratação de serviços de processamento de dados em nuvem. Estamos também focados em diversificar as parcerias para termos mais possibilidades de adquirir produtos.

---

# 3.774

fornecedores dentro e fora do Brasil foram parceiros de negócios, em 2022



## Inovação é a nossa vocação

Somos uma empresa focada em tecnologia e reconhecemos o potencial empreendedor de cada brasileiro. Por isso, a inovação é a base da fundação da Stone Co. e está inserida no nosso dia a dia como um tema que permeia todas as atividades, passando pelas diversas etapas do negócio. Acreditamos que juntos somos capazes de gerar grandes ideias e desenvolver tecnologias ainda mais inovadoras. Destacamos algumas ações ao longo de 2022.

### TapTon

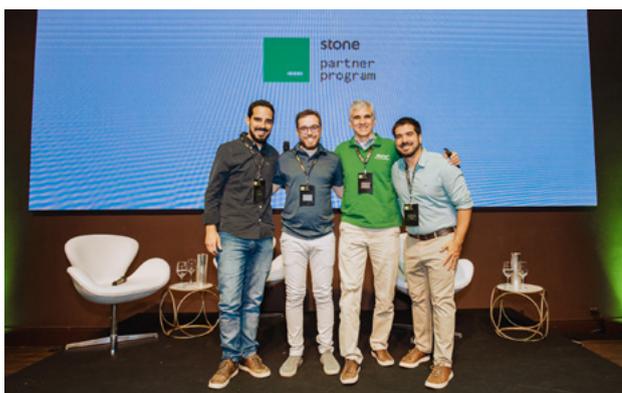
Solução do Ton, permitindo que o celular se transforme em uma maquininha. Essa tecnologia representa avanço significativo no segmento de pagamento, permitindo aos empreendedores brasileiros que aceitem cartões de crédito e débito ao baixar o aplicativo Ton, sem necessidade de maquininha física, mensalidades ou adesão. A Stone foi a primeira empresa brasileira do setor financeiro a oferecer esse tipo de solução, revolucionando mais uma vez o mercado de pagamentos.

### POS Connect

Maquininha integrada com o ponto de venda (PDV). A tecnologia garante segurança aos varejistas que utilizam o processo simplificado, em que há a necessidade de inserir valores nas maquininhas não conectadas ao sistema de venda. O POS Connect está disponível em dois formatos de uso. O primeiro é o pagamento em lista, para *delivery*. A maquininha já sai do estabelecimento com os pedidos vinculados, isentando os entregadores da função de preencher valores ou guardar comprovantes. O segundo é o pagamento direto, que acontece com a maquininha conectada ao PDV. Nele, as informações da venda são recebidas em tempo real pelo estabelecimento, que já tem os dados armazenados, sem que seja necessário inserir manualmente o valor.

## Stone Partner Program

Programa que possibilita que empresas de tecnologia tornem-se parceiras da Stone, desenvolvendo soluções inovadoras e aprimorando produtos e serviços para o varejo, utilizando recursos, *insights*, treinamentos, ferramentas, *expertise* de mercado e, principalmente, a plataforma tecnológica de serviços financeiros da Stone. Em 2022, tivemos a primeira edição do Partner Summit para mais de cem empresas parceiras. Premiamos sete delas em cinco categorias. Lançamos, também, as novidades da Stone e do programa para 2023. Para nos aproximarmos ainda mais, criamos a Partner Talks, série de *webinars* exclusivos para o ecossistema de parceiros, com a abordagem de temas importantes como tendências em tecnologia, vendas, marketing, atendimento, inteligência artificial, entre outros.



## Innovation Cup

Evento considerado tradição na Linx é realizado desde 2017, com objetivo de incentivar projetos de inovação nos times. Na edição 2022, primeira com processos de inscrição e seleção apoiados por uma plataforma, tivemos recorde de participação com 146 projetos inscritos em três categorias: Produtos/*Software* (focada em melhorias para clientes); Processos de Negócios (voltado para a melhoria de processos internos); e Eficiência Operacional em *Cloud* (otimização de custos de consumo de nuvem). Os projetos premiados (com dinheiro e troféus) podem ser implementados e reforçam o nosso portfólio.



# Nossos números financeiros e operacionais

Em 2022, dedicamos nossos esforços para evoluir significativamente nossos indicadores financeiros, implantando uma série de melhorias no negócio. Com a boa execução do nosso plano, alcançamos os resultados que esperávamos e terminamos o ano bem posicionados, com alguns destaques:

Os nossos resultados estão conectados ao nosso propósito de fazer do cliente a nossa razão

## Receita líquida

R\$ **9,6** bilhões

(+99% a/a)

## Cientes ativos em pagamento

Base de clientes MPME ativos cresceu

+ **48,3%** para

R\$ **2,5** milhões

de lojistas

Quase

**693** mil

clientes ativos em *banking*

## Lucro líquido ajustado

R\$ **525,5** milhões

(+ 520% a/a)

## TPV MSMB

TPV de MPME cresceu

**52,3%**

em relação ao ano anterior, atingindo

R\$ **289,9** bilhões

transacionados

## Depósitos de clientes de *banking*

R\$ **4** bilhões

dos quais R\$ 3,6 bilhões no segmento de MPME

## Caixa líquido ajustado

R\$ **3,5** bilhões

(+R\$1,2 bilhão a/a)

## Take rate MSMB

Aumento de

**61 bps**

(*basis points*) para

**2,15%**

## Receita de *software* cresceu

**106,9%**

em comparação ao ano anterior

# Nossa governança

## NESTE CAPÍTULO

29 MODELO DE GESTÃO

32 ÉTICA, INTEGRIDADE E COMPLIANCE



# Nossa governança GRI 2-9

Buscamos as melhores práticas para a nossa estrutura interna e nosso relacionamento com as pessoas. Oferecemos soluções financeiras pautadas na ética, na transparência e equidade

## Modelo de gestão

Entendemos que temos participação ativa na construção do legado que queremos perpetuar para as atuais e futuras gerações, atendendo às demandas da sociedade por um mundo mais sustentável, as expectativas dos *stakeholders* e agregar valor aos negócios e longevidade às estratégias.

Atuamos com base no modelo de governança corporativa internacional, buscando as melhores práticas para a nossa estrutura interna e nosso relacionamento com as pessoas. Todas as áreas seguem as práticas de governança corporativa da Stone Co. utilizando os mesmos princípios ao analisar decisões e definir estratégias.

A estrutura de governança corporativa é composta pelo Conselho de Administração e quatro comitês de assessoramento: Comitê de Auditoria, Comitê de Pessoas e Remuneração, Comitê Financeiro e Comitê de Riscos; bem como a Diretoria Executiva e comitês de assessoramento, tais como: Asset and Liability Committee (Alco),

Comitê de Ética e Comitê Interno de Risco e Comitê de Produtos. **GRI 2-12, 2-18**

O Conselho de Administração\* é atualmente composto por nove membros, sendo sete deles independentes, eleitos pela assembleia geral, com mandato de dois anos. O Conselho tem por objetivo supervisionar as atividades desenvolvidas, bem como orientar a companhia em assuntos relacionados à estratégia global e principais diretrizes dos negócios. **GRI 2-10, 2-11, 2-14, 2-16**

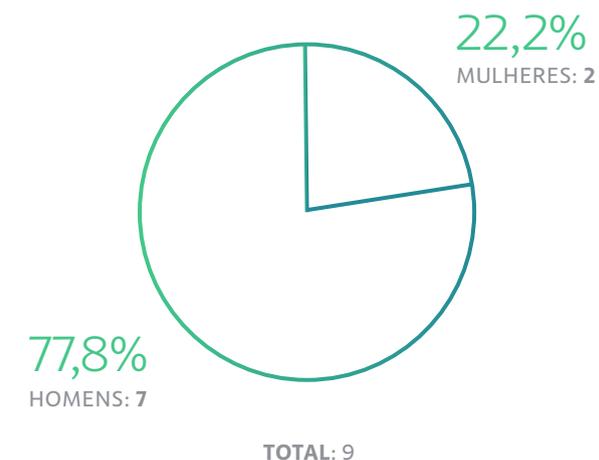
\* A composição é uma fotografia dos membros até julho de 2023.

# 66,6%

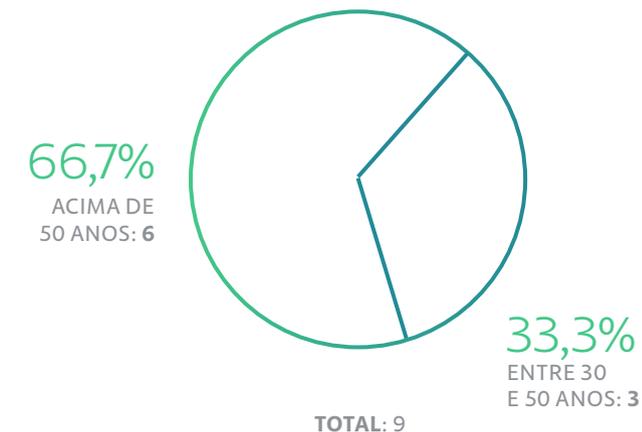
do Conselho de Administração é formado por conselheiros independentes

## Composição dos Órgãos de Governança

INDIVÍDUOS DENTRO DOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA DA ORGANIZAÇÃO, POR GÊNERO (%) **GRI 405-1**



INDIVÍDUOS DENTRO DOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA DA ORGANIZAÇÃO, POR FAIXA ETÁRIA (%) **GRI 405-1**



## Conselho de Administração\*

**Presidente**  
André Street

**Vice-Presidente**  
Conrado Engel (independente)

**Conselheiro**  
Diego Fresco Gutierrez (independente)

**Conselheira**  
Luciana Ibiapina Lira Aguiar (independente)

**Conselheiro**  
Maurício Luchetti (independente)

**Conselheira**  
Patrícia Verderesi Schindler (independente)

**Conselheiro**  
Silvio Morais

**Conselheiro**  
Thiago dos Santos Piau

**Conselheiro**  
Luiz André Barroso (independente)

## Diretoria Executiva\*

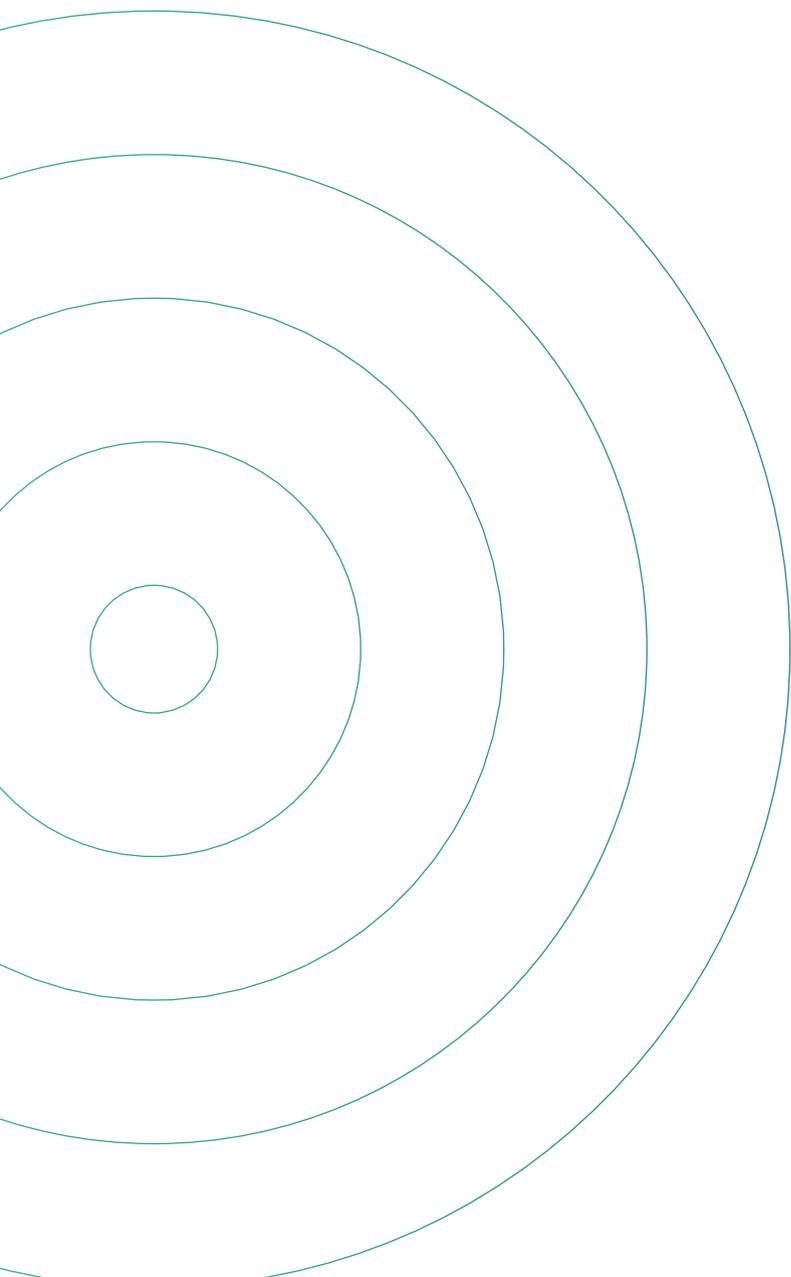
Atualmente, a Diretoria da Stone Co. é composta por 12 diretores-executivos, nomeados pelo Conselho de Administração.

Todos estão diretamente comprometidos em representar a companhia e fazer uma administração de excelência

Em 2022, não houve registros relacionados a preocupações cruciais comunicadas aos órgãos de governança.

<b>CEO</b> Pedro Zinner	<b>Diretor de Pessoas e Gestão</b> Sandro Bassili
<b>CFO e Diretor de Relações com Investidores</b> Mateus Scherer Schwening	<b>Diretor de Operações<sup>1</sup></b> Caio Fiuza <small><sup>1</sup> Ocupou o cargo até julho de 2023.</small>
<b>Diretor de Tesouraria</b> Diego Salgado	<b>Diretor de Operações da Divisão de Software</b> Gilsinei Hansen
<b>Diretora de Estratégia</b> Lia Machado de Matos	<b>Diretora de Jurídico e Compliance</b> Tatiana Malamud
<b>Diretor de Tecnologia</b> Marcus Fontoura	<b>Diretor Executivo de Assuntos Regulatórios e Economista-chefe</b> Vinícius do Nascimento Carrasco
<b>Diretor de Risco</b> André Monteiro	<b>Diretor de Informações</b> João Bernartt

\*A composição contém os nomes dos membros até julho de 2023.



## Comitês de assessoramento GRI 2-13, 2-17



### Comitê de Auditoria

Formado por três membros independentes, com realização de reuniões mensais ou sempre que necessário. O Comitê tem como escopo a supervisão das demonstrações financeiras e controles internos da Stone Co., garantindo qualidade e integridade. O Comitê monitora, também, a conformidade em relação a padrões éticos, políticas, planos e processos, e audita os relatórios exigidos pela **Securities and Exchange Commission (SEC)**. É responsável por revisar e aprovar transações com partes relacionadas, nos termos da Política de Partes Relacionadas da Stone Co.



### Comitê de Pessoas e Remuneração

Composto por três membros, o Comitê atua no desenvolvimento das pessoas que integram a companhia e na definição de regras de remuneração e benefícios, sendo responsável por aprovar as metas e objetivos aplicáveis ao CEO, diretores-executivos e alta liderança. As reuniões são trimestrais ou sempre que necessárias.



### Comitê Financeiro

Auxilia na tomada de decisões relacionadas à *performance* financeira, incluindo estrutura de capital e outros. Composto por três membros, as reuniões são trimestrais ou quando houver necessidade.



### Comitê de Riscos

Tem a atribuição de auxiliar no gerenciamento de riscos, incluindo os operacionais e financeiros. Formado por três membros, se reúne trimestralmente ou sempre que necessário.

# Ética, integridade e compliance

GRI 2-15, 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 3-3:  
gestão de tema material

Nosso time conta com o Compromisso STNE, um conjunto de treinamentos obrigatórios para assegurar o comprometimento da nossa comunidade com a integridade nos negócios e o cumprimento das leis e regulamentos do setor. Por meio do Compromisso STNE, reunimos conteúdos e capacitamos nossas pessoas sobre práticas éticas.

Quando se trata dos treinamentos de *compliance*, o Compromisso STNE oferece uma série de vídeos dinâmicos, disponíveis na nossa plataforma de educação, a Studa, e também a Linx Academy, com acesso a todo momento.

Ao entrarem na companhia e anualmente, as nossas pessoas devem concluir os treinamentos obrigatórios do Compromisso STNE, que incluem conteúdos relacionados ao Programa de *Compliance*: Código de Ética, Anticorrupção, Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento ao Terrorismo, *Compliance*, Confidencialidade, Canal de Denúncias e Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. A área de *Compliance* realiza a gestão e acompanha a execução desses treinamentos pelos colaboradores.

Nosso treinamento anticorrupção tem o objetivo de capacitar as nossas pessoas para identificar, combater ou evitar situações que possam ser classificadas como criminosas. Explicamos as nossas responsabilidades, os valores da companhia e a legislação nacional e internacional, como a lei norte-americana sobre Práticas de Corrupção no Exterior (FCPA, na sigla em inglês).

## O Compromisso STNE reúne conteúdos e capacitações sobre práticas éticas



## Pilares do Compromisso STNE



Código de Ética e Orelhão



Anticorrupção



Compliance



Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo



Confidencialidade

Nosso Código de Ética, disponível e aplicável também aos fornecedores e público externo, engloba os valores que são fundamentais para a empresa. O documento foi elaborado para promover e manter uma cultura de transparência, honestidade e responsabilidade, além de possuir compromissos e valores que preveem o respeito aos Direitos Humanos. Valorizamos e respeitamos a diversidade, não tolerando posturas discriminatórias em relação à raça, gênero, orientação sexual, idade, condição física ou de quaisquer outras naturezas. E, mais do que isso, não permitimos quaisquer comportamentos de assédio moral e sexual.

Estamos aptos a receber denúncias de infração ao Código de Ética ou outras condutas de forma anônima ou não, a critério do denunciante. As situações podem também ser comunicadas ao gestor direto, ao *business partner* do time, ao time de *Compliance* ou no Orelhão – nosso canal de denúncia oficial aberto a todos. Os relatos recebidos por essa via são geridos por empresa independente e especializada, assegurando sigilo absoluto e garantindo o primeiro tratamento ao relato. Promovemos um ambiente de trabalho cada vez mais transparente e seguro para todos.

Cada caso recebe tratamento adequado da situação de forma isenta pelo time de integridade, pela alta administração e pelo Comitê de Ética, com o cuidado de análise e tratamento

sem conflitos de interesses ou qualquer tipo de retaliação. O anonimato é garantido, caso esse seja o desejo do denunciante. Em 2022, foram registradas 1.335 denúncias, sendo 99,7% resolvidas durante o ano. O canal de Ouvidoria Stone é dedicado, exclusivamente, às solicitações ou reclamações dos clientes e, em 2022, recebemos 6.181 registros.

Esperamos que nosso time e os públicos com os quais nos relacionamos sigam as nossas diretrizes. Profissionais em cargos de liderança na empresa devem reportar situação de conflito de interesses, quando for o caso, para que haja atuação da área interna de mitigação de conflitos. Para evitar essas situações, o Comitê de Auditoria revisa e aprova as transações com as partes relacionadas, divulgadas conforme a regulamentação da Securities and Exchange Commission (SEC) ou de acordo com a Política de Transações com Partes Relacionadas.

A Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo está em conformidade com a Circular 3.978/2020 do Banco Central, que passou a vigorar em outubro de 2020. Todas as equipes receberam treinamento, e as transações suspeitas ou atípicas são monitoradas e reportadas ao Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf). Nunca tivemos infrações administrativas ou judiciais por descumprimento a leis ou regulamentos em relação à concorrência desleal.



### Orelhão – Canal de denúncias GRI 2-26

**Site:** [canalconfidencial.com.br](https://canalconfidencial.com.br)

**Tel:** 0800.591.0579

**Ouvidoria (exclusivo para clientes)**

**Email:** [ouvidoria@stone.com.br](mailto:ouvidoria@stone.com.br)

**Tel:** 0800.942.2174

# Gestão de riscos

GRI 2-16, 2-25, 2-27, 205-1

Temos políticas e práticas de gerenciamento dos riscos corporativos, com a função de identificar, avaliar, responder, monitorar e reportar eventos prejudiciais à Stone Co. Enxergamos nessas situações oportunidades de aprimoramento e, nesse sentido, além da área de gestão integrada de riscos, trabalhamos de forma descentralizada reportando os eventos identificados e enfrentados.

Em nosso Formulário 20-F, relatório padronizado e apresentado anualmente por todas as empresas com ações negociadas nas bolsas de valores dos Estados Unidos, abordamos de forma ampla os principais riscos que podem afetar os negócios, bem como as ações a serem tomadas. É possível ser acessado no site de relação com os investidores.

## PRINCIPAIS RISCOS DO NEGÓCIO E OPERACIONAIS MONITORADOS

	<b>Estratégicos</b>	Situações que podem impactar no alcance dos objetivos estratégicos, missão e visão da companhia.
	<b>Operacionais</b>	Eventos que podem gerar perdas devido à falha, deficiência ou inadequação de processos internos.
	<b>Financeiros</b>	Riscos que podem provocar perdas financeiras relacionadas a crédito, mercado, liquidez e capital.
	<b>Socioambientais</b>	Situações que podem gerar perdas e danos ao meio ambiente e à sociedade.
	<b>Regulatórios</b>	Eventos que podem originar perdas devido ao descumprimento de normas de regulamentações.
	<b>Informações tecnológicas e propriedade intelectual</b>	Ocorrências que podem gerar perdas em razão do vazamento de dados dos clientes, marcas registradas, direitos de propriedade, domínio de nomes, <i>software</i> , tecnologias com segredos comerciais, entre outros.

# Segurança da informação

GRI 3-3: gestão de tema material, FB\_FR-230a.2

Trabalhar com dados faz parte do nosso negócio e, para isso, investimos em tecnologia e pessoas altamente qualificadas para proporcionar o máximo de proteção e confidencialidade aos nossos titulares.

Nossos sistemas passam por constantes varreduras e testes periódicos, simulando o comportamento de ataques reais para detectar vulnerabilidades. Dessa forma, é possível identificar e corrigir rapidamente qualquer situação de perigo. O monitoramento contínuo garante um ambiente seguro e em conformidade com as normas do Banco Central e da lei americana *Sarbanes-Oxley* (SOX), que resguarda investidores e *stakeholders* contra possíveis fraudes financeiras. Temos times que monitoram nosso ambiente para validar a maturidade dos controles.

A Stone conta com a certificação ISO 27.001, cumprindo o Padrão de Segurança de Dados da Indústria de Cartões de Pagamento (PCI DSS), com aprovação pelas principais instituições de pagamentos.

Por meio da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), nº 13709/2018, que passou a vigorar em 2020, contamos com um time de Privacidade e Proteção de Dados Pessoais, que

utiliza os principais *frameworks* do mercado com o objetivo de proteger todo o ciclo de vida dos dados pessoais. Periodicamente, as normas são revisadas para identificar as melhores práticas a serem implementadas. **GRI 418-1**

## Promovemos um ambiente de trabalho cada vez mais transparente e seguro para todos

# Nossas pessoas

## NESTE CAPÍTULO

- 36 TIME STONE CO.
- 38 DIVERSIDADE E INCLUSÃO
- 38 EQUIPE ALINHADA
- 40 ATRAÇÃO E SELEÇÃO DE TALENTOS
- 42 DESENVOLVIMENTO DE TALENTOS
- 44 SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO
- 45 ATUAÇÃO SOCIAL POSITIVA



# Nossas pessoas

O nosso sucesso é a soma do talento dos nossos profissionais, que atuam alinhados aos nossos valores para o bom desempenho dos negócios e dos compromissos da empresa com a sociedade

## Time Stone Co.

GRI 3-3: tema material (Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores + Diversidade, inclusão e equidade)

Somos uma equipe de pessoas empreendedoras que priorizam o coletivo, conscientes de que, quando o negócio vai bem, todos prosperam. Nossos times são formados por pessoas únicas, com inteligência, energia e integridade, que decidiram se dedicar a um propósito comum: servir o cliente. Esse compromisso é o combustível para continuar quebrando paradigmas no mercado em que atuamos, o diferencial diário na interação com nossos públicos, nos escritórios, nas ruas e no atendimento que encanta.

Acreditamos que o sucesso é a soma de todos. Não medimos esforços para que cada pessoa do time, desde a entrada na companhia, conheça detalhadamente nossos cinco valores

(**Own it, No bullshit, Team play, Live the ride e The reason**) e se desenvolva plenamente. Investimentos em novos talentos, formação, qualificação continuada e programas de educação que fazem da Stone Co. um lugar com amplas perspectivas de crescimento profissional.

Contamos com 14.799<sup>1</sup> pessoas no nosso time, sendo 60% deles homens e 40% mulheres, em 2022. Estamos trabalhando para evoluir a diversidade na nossa companhia. Todos são contratados de acordo com as diretrizes estabelecidas pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), exceto estagiários, jovens aprendizes e alguns diretores, cujo vínculo específico é estabelecido por lei. Saiba mais sobre como estimulamos pessoas e carreiras nos canais: **LinkedIn Stone, LinkedIn Linx, Jornada Stone e Carreira Linx.**



# 27%

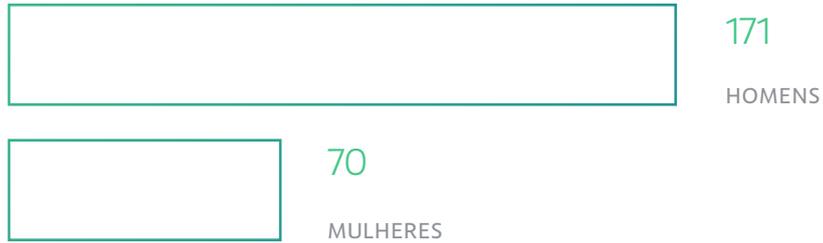
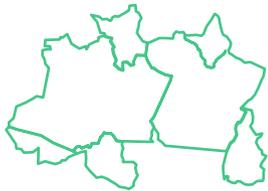
das mulheres da nossa equipe estão em cargos de liderança

<sup>1</sup> Este indicador leva em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.

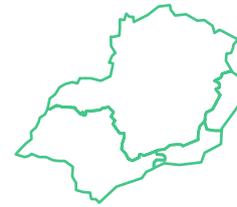


EMPREGADOS POR CONTRATO DE TRABALHO E REGIÃO<sup>1</sup> GRI 2-7  
2022

NORTE



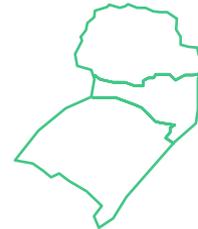
SUDESTE



NORDESTE



SUL



CENTRO-OESTE



**14.799**

pessoas compõem o time fixo da Stone Co.

<sup>1</sup> Este indicador leva em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.

## Diversidade e inclusão

O Brasil é um país rico em cultura, saberes, diversidade e vivências. Nesse contexto plural em que estamos, acreditamos que devemos buscar um ambiente que valorize as diferenças que se refletem na soma de talentos.

Entre os nossos profissionais, 27% das mulheres estão em cargos de liderança. O combate a todo tipo de discriminação e aos assédio moral e sexual é regra prevista no Código de Ética e divulgada a todas as pessoas. Durante o ano, registramos 29 relatos ligados à discriminação, sendo dez deles comprovados e oito considerados parcialmente procedentes. Além de medidas disciplinares, elaboramos planos de ação para combater casos dessa natureza. **GRI 406-1**

Investimos na criação de materiais e fóruns para que o tema diversidade e inclusão seja sempre alvo de nossas atenções, tais como:

- **Guia de boas práticas sobre o universo LGBTQIAPN+:** em parceria com a TODXS, organização que promove a inclusão do público à sociedade, buscamos construir um espaço mais acolhedor e inclusivo;
- **Guia de boas práticas étnico racial:** idealizado em conjunto com a consultoria Águas de Oxum, a publicação aborda o racismo e promove orientações sobre o tema dentro e fora do ambiente de trabalho;
- **Grupo de mulheres:** espaço aberto para conversas dedicado às pessoas que se identificam como mulheres para discussão de temas relacionados ao papel da mulher na companhia e na sociedade.

Para o tema diversidade, especificamente, a Linx montou quatro grupos de afinidades relacionados a negros, mulheres, pessoas com deficiências (há um trabalho para atração e seleção desses profissionais) e LGBTQIAPN+. A eficácia dessas medidas é acompanhada pelos próprios grupos, pelas pesquisas de clima e pelo censo de diversidade anual.

## Equipe alinhada

Nossos times atuam em todo o país, quebrando paradigmas no setor financeiro e priorizando o trabalho coletivo com o propósito que nos move desde 2012: servir o empreendedor brasileiro, transformando seus sonhos em resultados. Durante o ano, tivemos 5.297 contratações e 5.872 desligamentos. Temos um plano de remuneração baseado na Avaliação de Desempenho (AVD), que também pode ser composta por Participação nos Lucros e Resultados (PLR), bônus e prêmio. Em relação aos cargos de liderança, os executivos da Linx (em processo de integração na Stone Co.) têm, por enquanto, plano específico sobre remuneração.

Nossa política relacionada ao tema visa estimular desempenhos e aumentar nossa capacidade de atração e retenção de talentos, contribuindo assim com a competitividade e prosperidade da empresa. Não apenas o resultado individual, mas também a forma como é alcançado (*fit* cultural) são levados em conta nas definições de remuneração. Dessa forma, garantimos nossos resultados como grupo e a manutenção da nossa cultura onde inteligência, energia e integridade são pilares fundamentais. **GRI 2-19, 2-20**

Proporcionamos um pacote de benefícios, como planos de saúde e odontológico, serviço de telemedicina, planos Gympass e Wellness para atividades físicas e de bem-estar,

licenças-maternidade/paternidade, sendo que a licença da mãe é de seis meses ao aderirmos ao programa Empresa Cidadã. Lançamos também uma série de conteúdos relacionados à “potência de ser mãe” para multiplicar as informações relacionadas ao tema. Na Linx, especificamente, os benefícios são licenças-maternidade/paternidade, planos de saúde e seguro de vida. **GRI 401-2**



## Experiência das nossas pessoas

Nossas ações de engajamento e comunicação interna mantêm a nossa cultura fortalecida, reforçando os nossos valores, como detalhamos a seguir:



### Bate-papo

O ritual começou em 2015 e tem como objetivo reunir as nossas pessoas para falar sobre o nosso negócio, cultura e nossos próximos passos. Promovemos esse encontro mensalmente com os líderes, para aproximar pessoas e alinhar o time sobre temas prioritários para nosso negócio. A cada três meses, o ritual acontece com o nosso CEO Pedro Zinner, para abordar os resultados divulgados ao mercado.

O bate-papo é o ritual em que compartilhamos aprendizados, problemas e lançamos novos produtos internamente. É a oportunidade de ouvir e falar, de perguntar e responder aos questionamentos elaborados pelas nossas pessoas de forma transparente por meio do quadro “Conversa Franca”. Durante 2022, foram realizados 12 encontros, com a participação de aproximadamente 1.770 pessoas ao vivo em cada um e mais de 50 mil visualizações ao longo do ano.



### Workshop com líderes

Desde 2021, promovemos um ritual mensal com a nossa principal liderança, para alinhamento da direção do nosso negócio, debater os resultados e ter um momento de troca.



### Stonecamp

Uma vez por ano, reunimos nossa liderança para debater os resultados e falar sobre a nossa estratégia e reforçar os fundamentos da nossa cultura. São momentos de aprendizado e inspiração, com convidados de todo o Brasil. Após uma pausa, em decorrência da pandemia de covid-19, voltamos a realizar o evento em 2022, que reuniu 475 pessoas.



### Stonews

Temos um ritual informativo semanal que traz os principais acontecimentos e diretrizes da companhia e do mercado. Os times podem acompanhar o conteúdo via *Workplace* e *Yammer*, um dos principais canais de comunicação interna. No ano, se somadas as 52 edições produzidas, a Stonews teve mais de 100 mil visualizações.

## Pesquisa de Clima

Abrimos espaço para as nossas pessoas darem um retorno sobre sua jornada com a Stone. Às segundas-feiras, mandamos a seguinte mensagem por *e-mail* para todos: “Conta pra gente como você está se sentindo essa semana”. Trata-se de uma pesquisa de clima organizacional interna, por meio da qual as nossas pessoas respondem sobre

12 dimensões baseadas na pesquisa de clima da *Pulses* (plataforma de gestão de pessoas) sobre felicidade, liderança, inovação e percepções relacionadas ao ambiente de trabalho. Houve a participação de 63% das pessoas da equipe, com mais de 10 mil respondentes únicos em 2022, e o nosso resultado foi 8,5 em uma escala de 1 a 10.

## Atração e seleção de talentos

Estamos sempre em busca de pessoas melhores do que a gente. Um dos nossos principais objetivos é identificar o potencial dos candidatos, suas competências e seus valores. Por isso, contamos com diversas estratégias para atrair os melhores talentos para nossa companhia.

Criamos uma cultura que valoriza o desenvolvimento e o talento das pessoas

## Recruta Stone

O Recruta Stone, iniciado em 2014, é um processo seletivo e um dos maiores rituais de nossa cultura. Acreditamos que as pessoas devem ser protagonistas de suas vidas e carreiras e incentivamos a evolução delas dentro da empresa, incluindo a possibilidade de ocuparem vagas em outras áreas. No ano, foram 102.511 inscritos de todas as regiões do país. Os objetivos principais do processo são:

**Fomentar a marca empregadora:** compartilhamos nossa cultura e nossos valores em busca de atrair os melhores talentos do mercado.

**Encontrar talentos:** não buscamos nenhuma habilidade técnica específica. Procuramos por pessoas de todo o país que estejam altamente alinhadas com nossa cultura e queiram ajudar os empreendedores do Brasil.

**Formar nosso time em Cultura e Recrutamento & Seleção:** em cada edição, mais de 300 colaboradores aprimoram seu entendimento sobre os valores da companhia e desenvolvem suas habilidades de reconhecer o potencial dos candidatos, respeitando sempre as diferentes origens, trajetórias e ambições de cada um.

Contamos também com a iniciativa **Summer Stone Internacional**. Contratamos estudantes brasileiros que cursam ensino superior em universidades do exterior para um estágio de três meses durante o período das férias de verão. Desde 2019, já recebemos estudantes de diversas universidades, como Harvard, Stanford e Columbia, nos Estados Unidos; Universidade de British Columbia, no Canadá; Università Bocconi, na Itália, dentre outras. Em 2022, 15 estudantes participaram do programa, que vieram de instituições como MIT, UPenn, Babson College, UC Berkeley, UCLA, University of Notre Dame. Os

estudantes são alocados em diferentes áreas da Stone e precisam desenvolver um projeto relevante, apresentado à banca de avaliadores ao fim do programa.

A Linx mantém alguns processos específicos, como a Talent Acquisition, que orienta sobre boas práticas de trabalho do time, da nossa atuação e monitora os índices de rotatividade, o NPS para gestores (indicador que aponta os níveis de melhoria nos processos de atração e retenção de talentos) e ferramentas que medem o desempenho dessas ações.



### Recrutamento interno

Acreditar nas pessoas é o que nos faz crescer. Valorizamos e potencializamos talentos, gerando oportunidades para que elas se desenvolvam e protagonizem suas histórias. Mas nem sempre os desafios se encaixam de primeira. Nesse sentido, criamos em 2021 o **Programa de Recrutamento Interno**, que abre as vagas da companhia e os processos seletivos para que nossas pessoas possam tentar novos desafios aqui dentro. Ao todo, já tivemos quase 4 mil inscritos e mais de 300 pessoas movimentadas internamente pelo programa desde a sua criação.

### Programa de Jovem Aprendiz

Buscamos jovens entre 16 e 22 anos que estejam cursando ou tenham concluído o ensino médio e tenham o sonho grande e energia para empreender nesta jornada. Investimos na formação e retenção desde o *onboarding* até o término do período de aprendizagem, atingindo um NPS de 82 no programa, 84% de alta e média *performance* no nosso ciclo de avaliação de desempenho e *turnover* médio móvel de 1,3%, em 2022. O desempenho resultou na efetivação de quase 60% dos jovens durante o ano.

### Parcerias com universidades

Para buscarmos os melhores talentos, fortalecemos cada vez mais nosso vínculo com Universidades e Programas Educacionais. São exemplos o Instituto de Ensino e Pesquisa (Insper), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Universidade de São Paulo (USP) e Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), além da Fundação Estudar, que custeia bolsas de estudos para graduação e pós-graduação fora do país. Em 2022, entraram na empresa 180 novos integrantes por meio dessas parcerias.

### Reconhecimento dos estudantes

Fomos destaque na Pesquisa de Carreiras do Movimento Empresa Júnior, em 2022, em mais de dez categorias. O estudo é organizado pela Brasil Júnior, Confederação Brasileira de Empresas Juniores, e a avaliação foi feita com 2.500 respondentes de diversas universidades brasileiras. O resultado é o reflexo da cultura Stone engajada em transformar a vida dos empreendedores e comprometida em desenvolver os donos do nosso negócio.

## Jornada tecnológica

O programa **/código [S]**, de formação gratuita, é oferecido para pessoas que desejam iniciar a jornada em tecnologia. Em 2022, foram registrados 8.503 inscritos, sem experiência prévia em desenvolvimento, de quase todos os estados brasileiros e países da Europa e América do Norte.

Ao longo da formação, foram concedidos conteúdos de *hard e soft skills* em parceria com a edtech How Bootcamps e especialistas da própria Stone. Após levantamento das notas de raciocínio lógico, pontuação da formação e notas na semifinal, as 16 pessoas classificadas participaram de um *hackathon* presencial (evento que reúne profissionais ligados ao desenvolvimento de *software*) para solucionar um desafio real por meio de códigos e mergulhar mais na cultura da companhia, com monitoria e mentoria de profissionais de diversas frentes de atuação do nosso time de tecnologia.

Ao final, além de premiações para os melhores alunos, foi feito um programa de recrutamento para todos os candidatos interessados em trabalhar conosco e foram contratadas oito pessoas.



Em 2022, sediamos em nosso escritório do Rio de Janeiro a etapa **Regional da Maratona de Programação**. Recebemos 60 estudantes de Ciências da Computação das melhores universidades do Rio de Janeiro (UFRJ, UERJ, UFF, UFRRJ, entre outras), para competirem na maior disputa da área do país e dois dos nossos times foram classificados para o mundial de 2023, sendo o ouro e prata na competição nacional em 2022.



## Desenvolvimento de talentos

Preparar nosso time e construir uma cultura de alto desempenho de maneira consistente é missão essencial do time de gestão de talentos. Acreditamos que estudar é um hábito que deve ser praticado diariamente e, para isso, compartilhamos conteúdos e incentivamos à leitura. Padronizamos um conjunto de treinamentos presenciais e a distância, como:

### **Onboarding**

O *Welcome* é o primeiro ritual da empresa para dividir conhecimento com as novas pessoas e franqueados. São três dias para conhecer a fundo quem são os nossos clientes, nossa estratégia, ambições para o futuro e de traduzir e transferir nossos valores para quem está chegando. O objetivo é catalisar a curva inicial de aprendizagem e promover a ambientação das novas pessoas. Em 2022, 5.695 pessoas (entre colaboradores e alguns parceiros de negócio), participaram desse processo de integração. Para as áreas técnicas, acontece uma imersão com aprendizados mais específicos para que o recém-chegado possa exercer sua nova função.

### **Studa**

Plataforma digital de educação de livre acesso que disponibiliza acessos a treinamentos obrigatórios e técnicos sobre o negócio, gestão, liderança, habilidades interpessoais, estratégia, entre outros. Os cursos podem ser organizados em trilhas e personalizados conforme o interesse da pessoa. A plataforma tem um espaço colaborativo para troca de conhecimentos e compartilhamento de artigos, vídeos, *podcasts* e indicações de livros.

### **Biblioteca**

Criamos a Biblioteca Stone Co., espaço com indicações de obras que contribuem para a jornada diária de empreender e com videoaulas de curta duração. Em 2022, tivemos 177 mil usuários ativos e 267 mil visualizações.

## Oferecemos um conjunto de treinamentos presenciais e a distância

## Programas de Liderança

Nossos líderes são guardiões da cultura e multiplicadores de conhecimento, e, por isso, temos alguns programas de formação focado em elementos bases de liderança.

- **Leadership Principles:** formação de líderes dos times de Tecnologia e *Backoffice*, com necessidade de desenvolver as principais habilidades de liderança no que tange a gestão de pessoas.
- **Lab Líder:** desenvolver os líderes das operações a partir dos principais conceitos e fundamentos de gestão de pessoas. Em 2022, foram capacitados 150 novos líderes.
- **CPU:** tem como objetivo selecionar e capacitar os futuros líderes do canal de polos da companhia por meio de uma imersão cultural com duração de três dias e meio. Cerca de 180 líderes dos polos foram capacitados.

## Apoio à Educação

Oferecemos às nossas pessoas incentivo para educação continuada (cursos presenciais e *on-line*, seminários, congressos e *workshops*) e bolsas de estudos.

## Avaliação de desempenho

Como priorizamos o desenvolvimento e o reconhecimento das nossas pessoas de forma transparente, temos uma **Avaliação de Desempenho (AVD)** interna, realizada duas vezes por ano, para acompanhamento do nosso time. Nessa análise, consideramos os pilares *fit* cultural (identificação, adesão e comprometimento com os valores da companhia), aptidão (análise das competências necessárias para a boa realização das atividades) e resultado (atingimento das metas combinadas para o semestre). A avaliação é em 360°, feita entre líder, liderado, pares, clientes internos e outros *stakeholders*, e 96,25% das pessoas que compõem o nosso time receberam análise de desempenho.

## Eu cresci junto! História que move o nosso negócio

*Graziele Castro, a Grazi, originária de Taubaté (SP), viu sua trajetória profissional se ampliar quando conheceu a Stone. Filha de um metalúrgico e uma enfermeira, Grazi sempre quis honrar o carinho e apoio de seus pais.*

*No começo de sua Jornada Stone, ela atuou como Green Angel com a sua própria moto por um período de seis meses. Grazi vinha se destacando, trazendo contribuições para o processo logístico e iniciando uma “revolução na operação verde”, o que proporcionou sua primeira promoção como líder distrital no Rio Grande do Sul. Com esse reconhecimento, Grazi conseguiu concretizar três dos seus maiores sonhos: ajudar nos estudos do irmão, construir uma casa nova e dar mais conforto para sua família.*

*Após seis meses no Sul do país, Grazi retornou para São Paulo para comandar uma das distritais (a regional de São Paulo) em que lidera um time de mais de 160 pessoas.*



**“O meu sonho é dar a oportunidade para evolução das pessoas e mudar o Brasil. Trabalhar com esse propósito é o que eu quero fazer pelo resto da minha vida.”**

*Por meio do trabalho na Stone, Grazi acredita que poderá mudar o Brasil impactando a vida de muitas pessoas, dando não só oportunidades como as que recebeu na empresa, mas impulsionando-as para que alcancem seus sonhos.*



## Saúde e segurança do trabalho

GRI 3-3: tema material, 403-3

Ajudar milhões de empreendedores no Brasil é o nosso principal objetivo, mas tão importante quanto isso é cuidar de cada um que escolhe embarcar nessa jornada conosco. Direcionamos esforços para que o nosso time esteja sempre bem, dentro e fora do ambiente de trabalho.

**Colocar as pessoas como prioridade** é também reconhecer a importância das áreas de saúde e segurança na empresa. A Stone Co. trabalha intensamente para o bem-estar do time ao criar um clima positivo e acolhedor nos escritórios (típico da nossa cultura), mas também oferece meios para melhorar o ambiente de trabalho e preservar a qualidade de vida fora da empresa, cuidando da saúde física e mental das pessoas.

Por meio da plataforma digital **Studa**, oferecemos vídeos com especialistas relacionados a recomendações saudáveis para a rotina diária e promovemos um bate-papo semanal nas unidades operacionais sobre a importância da segurança nas atividades. Em casos de acidentes/incidentes, são definidas ações para reduzir esses acontecimentos, e realizamos os treinamentos

obrigatórios baseados nas normas regulamentadoras (NR), que também nos orienta (NR-16) na identificação de situações de perigo e avaliação de riscos. **GRI 403-2**

Temos uma preocupação especial com os **Green Angels** (operação de logística), que estão nas ruas em suas motocicletas entregando as maquininhas para os lojistas. Fornecemos os Equipamentos de Proteção Individual (EPI) e treinamentos para a atividade, como pilotagem e as melhores práticas no trânsito.

Os programas de Controle Médico de Saúde (**PCMSO**), de gerenciamento de risco das atividades (**PGR**), análise ergonômica do trabalho, exames e avaliações ocupacionais seguem os acordos formais com sindicatos. Os treinamentos em segurança do trabalho, bem como a necessidade de exames específicos, são avaliados conforme os riscos ocupacionais das atividades. De forma geral, as funções desempenhadas na Stone e na Linx não requerem treinamentos próprios, e nos dois lugares existem ambulatorios para atendimento ao colaborador. **GRI 403-1, 403-4, 403-5**

Como forma de **promoção à saúde**, os colaboradores da Stone têm à disposição a Vitta, sistema de atendimento por meio de hospital digital que disponibiliza diversas especialidades médicas e por meio do qual são realizadas várias ações de saúde mental, alimentar, entre outros. Para os funcionários da Linx, além dos **serviços médicos e de saúde**, são realizadas diversas **iniciativas com foco na saúde e bem-estar**. Em ambos os casos, as informações dos colaboradores são mantidas em sigilo, conforme requer a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). **GRI 403-6**

## A plataforma Studa disponibiliza vídeos com especialistas sobre a importância de uma rotina saudável

# Atuação social positiva

GRI 3-3: tema material (Educação financeira)

Desde o início da nossa história, sempre entendemos que a melhor forma de mudar e desenvolver o futuro é investindo em educação. Nesse sentido, fomentamos ao longo dos anos uma série de iniciativas para que pudéssemos impactar mais pessoas para além do nosso negócio

## Investimentos sociais

GRI 413-1

Acreditamos que investimentos em **educação** e iniciativas de **empregabilidade e renda** são os que mais se conectam aos nossos negócios e à nossa cultura e contribuem para o desenvolvimento da economia brasileira. Por meio desses dois pilares, criamos uma área de investimentos sociais.

Em nosso modelo de investimento, temos como objetivo central desenvolver o indivíduo em toda a sua jornada, considerando elementos socioemocionais e técnicos que façam a diferença no processo de aprendizagem, especialmente no desenho de suas ambições de futuro. Isso move o nosso trabalho com todos os jovens e microempreendedores de nossos programas sociais.

### Instituto Alpha Lumen - Projeto Escola

O Projeto Escola trabalha com jovens e crianças para formar lideranças transformadoras que possam impactar o seu entorno. Por meio dessa iniciativa, conseguimos impactar 530 alunos anualmente, sendo 92 bolsistas (Clube dos Sonhos), das quais 44 são oferecidas pela Stone. Esses jovens talentos são destaques em diversos torneios de robótica e em olimpíadas de conhecimento.

### Alpha EdTech

É uma *code academy* de formação gratuita, acelerada e de excelência que contrata e remunera talentos como aspirantes a desenvolvedores, em conexão direta com o mercado de trabalho. A duração do programa é de seis a 12 meses, sendo customizado para as necessidades de cada organização.

### Instituto Apontar

Programa realizado em parceria com a Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro de desenvolvimento integral de crianças e adolescentes com altas habilidades nas áreas de matemática, literatura, inglês e habilidades socioemocionais.

Foram selecionadas e atendidas 222 famílias entre os mais de 11 mil alunos testados nas escolas públicas.

### Resilia Educação - Programa Geração Futuro

Iniciativa focada na capacitação e contratação de jovens talentos de 18 a 24 anos, com foco em diversidade por meio de experiências de aprendizado em tecnologia que transforma vidas e aceleram o mercado de trabalho. Foram selecionados e apoiados 45 jovens de baixa renda.



### Associação Olimpíada Brasileira de Matemática (AOBM)

A Associação Olimpíada Brasileira de Matemática (AOBM) tem como objetivo colaborar para a melhoria do ensino de matemática no Brasil. Por isso, apoiamos mais de 30 Olimpíadas Regionais de Matemática em mais de dez estados, como a Olimpíada Alagoana de Matemática (OAM) e a Olimpíada Carioca de Matemática (OCM), além de promovermos a Semana Olímpica, que beneficiou mais de 200 mil alunos.

## Nossos Números

 **13** organizações apoiadas

 **+ 276** bolsas concedidas

 **+ 670** empreendedores formados

 **+ 200 mil** pessoas impactadas direta e indiretamente

 **+ 30** cidades alcançadas

### Fundação Estudar

Somos uma das empresas mantenedoras da Fundação Estudar e apoiamos a instituição por meio do financiamento de bolsas e oferecendo conteúdo e oportunidade de emprego aos talentos revelados na área *tech*. Desde o início, o projeto já apoiou 49 alunos com bolsas de estudos nas melhores universidades de tecnologia e incentivou e inspirou mais de 220 mil alunos a seguir carreira nessa área durante 2022, com a visão de formar a futura geração de lideranças *tech* do país.

### New School

É uma Edtech Social com a missão de levar educação gratuita e de qualidade para os jovens da periferia de todo o Brasil. Atualmente, o projeto tem 40 mil estudantes em mais de 600 municípios brasileiros.

### Leis de incentivo

Investimos em projetos por meio de Lei de Incentivo Fiscal e apoiamos algumas organizações, em 2022: Hospital do Amor, Instituto Compartilhar, Instituto Alpha Lumen e New School.

### (Re)conquista

Idealizado e construído em conjunto com o Banco da Providência e o Instituto Phi, o (Re)conquista é um programa de alcance nacional com o objetivo de capacitar organizações do terceiro setor com foco na inclusão produtiva via empreendedorismo. Em 2022, o programa apoiou 22 ONGs, impactou 725 pessoas e formou 535 microempreendedores.

### Despertando o Empreendedor

Em parceria com a Empreende Aí, o curso oferece 30 horas de formação para empreendedores de comunidades e periferias. Em 2022, 209 microempreendedores foram beneficiados, certificando 135 deles, que apresentaram incremento no faturamento em até 40%. Premiamos os 16 *pitchs* mais bem avaliados, que viveram um ciclo de seis meses de mentorias com lideranças do Grupo Stone Co.



## Cidadania Financeira

### Instituto Propague

O **Instituto Propague, uma iniciativa Stone Co.**, é uma plataforma de conteúdo sobre o sistema financeiro. Trata-se de uma instituição sem fins lucrativos, surgida em 2019, com a missão de expandir o debate sobre o sistema financeiro no Brasil por meio da produção de conteúdo, tornando-o mais acessível e inclusivo. Acreditamos que compreender esse sistema é fundamental para criar um bom ambiente de negócios, estimular a competição, aprimorar a demanda por serviços e desenvolver inovações. Para isso, atuamos de três formas:

1. Estamos na **fronteira do debate**, por meio da produção de pesquisa e promoção da interlocução com especialistas e agentes interessados;
2. **Capacitamos nosso público**, oferecendo os melhores conteúdos sobre o sistema financeiro;
3. Levamos informação atualizada sobre o sistema financeiro de forma **simples e didática**.

Todos os meses, o Instituto Propague lança diversos conteúdos como vídeos, artigos, pesquisas, matérias e relatórios produzidos internamente pelo seu time de pesquisadores. O canal do **Propague no YouTube** é o nosso principal meio de comunicação em massa. Dessa forma, tanto nossas equipes quanto nossos clientes podem consumir materiais didáticos sobre o mercado.

## Canal Propague



**Visualizações em 2022**

**6.422.435**

↑ **+332%** comparado a 2021

**Total de visualizações desde a criação**

**8.065.792**



**Inscritos no canal**

**68.410**

↑ **+647%** comparado a 2021



**Horas assistidas em 2022**

**98.858**

↑ **+922%** comparado a 2021

**Total de horas assistidas desde a criação**

**109.509**



**Total de vídeos em 2022**

**276**

↑ **+283%** comparado a 2021

# Operação sustentável

NESTE CAPÍTULO

49 GESTÃO AMBIENTAL



# Operação sustentável

Em nossa jornada pela sustentabilidade, trabalhamos para melhorar a forma de oferecer produtos e evoluirmos na eficiência das operações

## Gestão ambiental

O nosso olhar está no futuro, e trabalhamos para construir um mundo mais eficiente. Sabemos que não basta ter verde na cor das maquininhas, por isso focamos em avançar na gestão de indicadores ambientais na nossa operação logística e nos nossos escritórios. Implantamos ações para reduzir o consumo de água e de energia elétrica nas nossas unidades, além de destinar corretamente os resíduos.

O principal escritório de São Paulo e o prédio da nossa sede no Rio de Janeiro possuem o selo LEED Gold (certificação para construções sustentáveis). Dessa forma, passamos a priorizar escritórios em empreendimentos que tenham o selo LEED.

Para economizar energia, as lâmpadas dos escritórios são de LED. Programamos ou desligamos de forma manual o desligamento da luz e ar-condicionado ao término do expediente e aos fins de semana. Nossos banheiros e algumas das nossas copas são equipados com sensores automáticos de iluminação.

Para diminuir o consumo de água, nossas torneiras e bacias têm dispositivos economizadores que limitam a vazão. As áreas externas das edificações onde nossos escritórios estão localizados contam com reaproveitamento de água de chuva.

Na gestão de resíduos, incentivamos o uso de copos ou garrafas reutilizáveis. Temos um projeto em andamento para entregar esses dois utensílios para todas as pessoas no momento de chegada na empresa, no processo de *onboarding*.

Os resíduos coletados nos escritórios são separados e destinados conforme classificação. Priorizamos a assinatura digital em nossos documentos e contratos e desenvolvemos o recibo digital: o cliente recebe o relatório de vendas por *e-mail* ao fim do dia, sem precisar imprimir.

Na operação logística, cuidamos da gestão completa das nossas maquininhas. Os equipamentos com defeito, mas em boa qualidade, passam por reparos técnicos e estéticos e voltam ao mercado. Melhoramos o desempenho desses equipamentos para reduzir o consumo de bateria e fazemos também a logística reversa das maquininhas inativadas: 100% delas e das baterias inutilizáveis são descartadas via empresa terceira, certificada com o ISO 14001, para destinação ambientalmente correta ou reciclagem.

## Mudanças climáticas

Elaboramos o nosso primeiro **inventário de Gases de Efeito Estufa (GEE)** de acordo com o método GHG Protocol (sigla em inglês para Protocolo de Gases do Efeito Estufa), principal diretriz mundial para identificação e cálculo de emissões de GEE. Atualmente, a nossa principal fonte de emissões provém da distribuição das maquininhas.

Para reduzir esses impactos, toda a nossa frota de veículos é *flex*, modelo econômico de combustível. Incentivamos o uso de fontes renováveis e planejamos rotas mais eficientes.

### EMISSIONES BIOLÓGICAS DE CO<sub>2</sub> (TCO<sub>2</sub> EQUIVALENTE) – ESCOPO 3 GRI 305-3

	2022
Emissões biológicas de CO <sub>2</sub>	46,4

### EMISSIONES BIOLÓGICAS DE CO<sub>2</sub> (TCO<sub>2</sub> EQUIVALENTE) – ESCOPO 1 GRI 305-1

	2022
Emissões biológicas de CO <sub>2</sub> – Escopo 1	2.595,07

## EMISSIONES INDIRECTAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA<sup>1</sup> (TCO<sub>2</sub> EQUIVALENTE) – ESCOPO 2 GRI 305-2

	2022
Emissões indiretas provenientes da aquisição de energia (tCO <sub>2</sub> equivalente)	231,92
Total de emissões indiretas de GEE provenientes da aquisição de energia em toneladas métricas de CO <sub>2</sub> equivalente calculadas com base no mercado <sup>2</sup>	146,50

<sup>1</sup> Para o cálculo de Escopo 2 é usado o fator de emissão do Sistema Interligado Nacional (SIN), que indica o quanto é emitido por MWh de energia consumida. Esse fator de emissão traz os dados em toneladas de CO<sub>2</sub> e, embora existam emissões de CH<sub>4</sub> e N<sub>2</sub>O neste escopo, não é possível mensurá-las. Os fatores utilizados de GWP constam no relatório do IPCC, 2013 (AR5).

<sup>2</sup> A diferença entre as emissões de Escopo 2 pela abordagem de escolha de compra e de localização ocorre porque um dos escritórios da Stone, alocado em condomínio, faz a compra de I-Recs para a energia consumida.

## OUTRAS EMISSIONES DE GASES DE EFEITO ESTUFA<sup>1</sup> (TCO<sub>2</sub> EQUIVALENTE)- ESCOPO 3 GRI 305-3

	2022
Bens e serviços adquiridos	0
Bens de capital	0
Atividades relacionadas a energia e combustíveis	0
Transporte e distribuição a montante ( <i>upstream</i> )	724,29
Resíduos gerados nas operações	51,28
Viagens a negócios	4.093,22
Transporte de empregados	0
Ativos arrendados	17,68
Outras atividades	0
<b>TOTAL</b>	<b>4.886,47</b>

<sup>1</sup> Os gases incluídos nos cálculos foram CO<sub>2</sub> (dióxido de carbono), CH<sub>4</sub> (metano) e N<sub>2</sub>O (óxido nitroso). Os fatores utilizados de GWP vieram do relatório do IPCC, 2013 (AR5). Para o cálculo do inventário, foi usada a metodologia do GHG Protocol e ISO 14.064, e a abordagem utilizada é a de controle operacional.

## EMISSIONES DIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA (TCO<sub>2</sub> EQUIVALENTE) - ESCOPO 1 GRI 305-1

CATEGORIA	2022
Combustão Estacionária	10,09
Combustão Móvel	7.459,53
Emissões Fugitivas	52,6
Efluentes Líquidos	51,28
<b>TOTAL DE EMISSIONES BRUTAS DE CO<sub>2</sub></b>	<b>7.522,21</b>

<sup>1</sup> 2022 é o primeiro ano do cálculo do inventário que utilizou a metodologia GHG Protocol e ISO 14.064, com a abordagem de controle operacional. Os gases incluídos nos cálculos foram CO<sub>2</sub> (dióxido de carbono), CH<sub>4</sub> (metano), N<sub>2</sub>O (óxido nitroso) e HFCs (hidrofluorocarbonos) e os fatores utilizados de GWP (fator de aquecimento global) constam no relatório do IPCC, 2013 (AR5).

### TOTAL DE EMISSIONES TCO<sub>2</sub> EQUIVALENTE



<sup>1</sup> Emissões apresentadas por meio da abordagem de escolha de compra. Constam no relatório do IPCC, 2013 (AR5).

# Anexo

## NESTE CAPÍTULO

52 INDICADORES

60 SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI



# Anexo

## Indicadores

### Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização GRI 2-2

Os indicadores financeiros consideram as empresas reportadas no **20F**. Já os indicadores sociais e ambientais levam em consideração as empresas listadas abaixo:

- Stone Instituição de Pagamento S.A.
- MNLT S.A.
- Pagar.me Instituição de Pagamento S.A.
- PDCA S.A.
- Stone Cartões Instituição de Pagamento S.A.
- Linx Pay Meios de Pagamento Ltda.
- Stone Sociedade de Crédito Direto S.A.
- TAG Tecnologia para o Sistema Financeiro S.A.
- Equals S.A.
- Linx S.A.
- Linx Sistemas e Consultoria Ltda.
- Linx Telecomunicações Ltda.
- Buy4 Processamento de Pagamentos S.A.
- Vitta Corretora de Seguros Ltda.
- Vitta Tecnologia em Saúde S.A.
- Vitta Serviços em Saúde Ltda.
- Vitta Saúde Administradora de Benefícios Ltda.
- Stone Co. Pagamentos UK Ltda.
- Stone Logística Ltda.
- Cappta S.A.
- Stone Co. CI Ltd.
- Stone Co. Ltd.

### Participação em associações GRI 2-28

A Stone Co. participa das seguintes associações:

- Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (ABECS)
- Associação Brasileira de Crédito Digital (ABCD)
- Câmara Brasileira da Economia Digital (camara-e.net)
- Associação Brasileira das Companhias Abertas (ABRASCA)
- Associação Brasileira de Tecnologia para o Comércio e Serviços (AFRAC)
- Associação Brasileira das Empresas de Software (ABES)
- Associação Brasileira de Instituições de Pagamento (ABIPAG)
- Associação das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e de Tecnologias Digitais (BRASSCOM)
- Instituto Brasileiro de Estudos de Concorrência (IBRAC)
- Associação Brasileira de Bancos (ABBC)

### Estrutura societária<sup>1</sup>

Somos uma empresa de capital aberto, com ações listadas na bolsa de valores norte-americana Nasdaq. Adicionalmente, temos os Brazilian Depositary Receipts (BDR) negociados na B3, bolsa de valores de São Paulo. A Stone Co. não possui um controlador, e o principal acionista é a HR Holdings, com 31,05% do poder de voto da empresa. Os outros acionistas são: Madrone Partners LP (5,26% do poder de voto), BlackRock, Inc. (4,63% do poder de voto), além de The Pontes Family Trust e VCK Investment Fund Limited (SAC A), com 3,80% e 3,45% do poder de voto cada, respectivamente. A empresa divulga suas informações financeiras e fatos relevantes por meio da Securities and Exchange Commission (SEC) e no [site de Relações com os Investidores](#), onde os interessados podem se cadastrar em um *mailing* para receber por *e-mail* os principais anúncios da Stone Co., além de poder acessar *press releases* divulgados, calendário de eventos, histórico do preço da ação, cobertura de analistas, dentre outros. **FN-EX-410 a.3**

<sup>1</sup> Estrutura divulgada no Relatório 20-F, data-base 31/03/2023.

## RELACIONAMENTO COM OS STAKEHOLDERS GRI 2-29

Como engajamento, buscamos construir uma comunidade forte e confiável em torno da nossa marca, disseminando o propósito e os valores da companhia. Disponibilizamos canais de atendimento diversificados que abrangem os nossos principais públicos, dessa forma garantimos que estamos abertos e atentos às demandas,

identificando impactos reais e potenciais. Temos também um canal de contato de sustentabilidade: [sustentabilidade@stone.com.br](mailto:sustentabilidade@stone.com.br).

Essas informações proporcionam a obtenção de dados para planos de ações, melhorias dos nossos processos e identificação de impactos.

STAKEHOLDERS	FORMAS DE ENGAJAMENTO
<b>COLABORADORES</b>	Pesquisa de Clima; pesquisas internas, reuniões de diretorias, de equipes etc.; HR business; bate-papo; Stone Camp; <i>workshop</i> com líderes; Stonews; Bom dia Polo/CD; Strada; Spande, rede social interna (Worplace e Yammer); associações e sindicatos; Canal de denúncias.
<b>CLIENTES</b>	Relacionamento com o cliente (RC); pesquisa de satisfação (CSAT); <i>chats</i> ; redes sociais (Instagram, LinkedIn, Facebook etc.); blog Stone; canais de comunicação próprios para endereçar os desafios e necessidades de cada um, bem como os <i>feedbacks</i> .
<b>FRANQUEADOS</b>	<i>E-mail</i> corporativo; <i>chats</i> ; Pesquisas NPS; <i>Correio Verde</i> (jornal semanal publicado para a rede); Yungas (plataforma de atendimento ao franqueado); questionários e ambiente interno de rede social; <i>website</i> ; bate-papos mensais ao vivo com toda a rede franqueada; Stone Day (evento anual de engajamento e cultura).
<b>ANALISTAS, ACIONISTAS E INVESTIDORES</b>	As ações com esse público ficam centradas na área de Relações com Investidores, que realiza: divulgação de resultados e fatos relevantes da companhia; disponibilização de dados no <i>site</i> de Relações com Investidores da companhia; reuniões presenciais e virtuais; reuniões em conferências e <i>non-deal roadshow</i> (NDR) e atendimento por <i>e-mail</i> .
<b>PROVEDORES DE CAPITAL</b>	A Tesouraria, responsável pela gestão, captação e controle dos recursos financeiros, se relaciona com instituições financeiras locais e internacionais; cooperativas; fundos de investimento; agências de crédito, entre outros agentes de mercado. Os canais utilizados para esse relacionamento são: <i>e-mail</i> corporativo; ligações; reuniões presenciais e virtuais; conferências e <i>roadshows</i> .
<b>SOCIEDADE/COMUNIDADE</b>	Projetos de investimento social; Instituto Propague; reuniões e <i>website</i> .

## EMPREGADOS CONTRATADOS, POR FAIXA ETÁRIA\*<sup>1</sup> GRI 401-1

	2022		
	TOTAL	CONTRATADOS	TAXA
Abaixo de 30 anos	7.366	3.015	0,41
Entre 30 e 50 anos	7.112	2.211	0,31
Acima de 50 anos	321	71	0,22
<b>TOTAL</b>	<b>14.799</b>	<b>5.297</b>	<b>0,36</b>

<sup>1</sup> Os números do indicador GRI 401-1 incluem a soma dos empregados da plataforma de serviços financeiros e de software.

\* Este indicador leva em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.

## EMPREGADOS CONTRATADOS, POR GÊNERO\* GRI 401-1

	2022		
	TOTAL	CONTRATADOS	TAXA
Homens	8.862	3.209	0,36
Mulheres	5.937	2.088	0,35
<b>TOTAL</b>	<b>14.799</b>	<b>5.297</b>	<b>0,36</b>

\* Este indicador leva em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.

## EMPREGADOS CONTRATADOS, POR REGIÃO\* GRI 401-1

	2022		
	TOTAL	CONTRATADOS	TAXA
Norte	241	114	0,47
Nordeste	1.408	666	0,47
Centro-Oeste	489	232	0,47
Sudeste	10.489	3.532	0,33
Sul	2.172	753	0,35
<b>TOTAL</b>	<b>14.799</b>	<b>5.297</b>	<b>0,35</b>

\* Este indicador leva em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.

## EMPREGADOS QUE DEIXARAM A EMPRESA, POR FAIXA ETÁRIA\* GRI 401-1

	2022		
	TOTAL	DESLIGADOS	TAXA
Abaixo de 30 anos	7.366	2.917	0,40
Entre 30 e 50 anos	7.112	2.819	0,40
Acima de 50 anos	321	136	0,42
<b>TOTAL</b>	<b>14.799</b>	<b>5.872</b>	<b>0,40</b>

\* Este indicador leva em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.

## EMPREGADOS QUE DEIXARAM A EMPRESA, POR GÊNERO\* GRI 401-1

	2022		
	TOTAL	DESLIGADOS	TAXA
Homens	8.862	3.495	0,39
Mulheres	5.937	2.377	0,40
<b>TOTAL</b>	<b>14.799</b>	<b>5.872</b>	<b>0,40</b>

\* Este indicador leva em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.

## EMPREGADOS QUE DEIXARAM A EMPRESA, POR REGIÃO\* GRI 401-1

	2022		
	Nº TOTAL	DESLIGADOS	TAXA
Norte	241	138	0,57
Nordeste	1.408	520	0,37
Centro-Oeste	489	245	0,50
Sudeste	10.489	4.128	0,39
Sul	2.172	841	0,39
<b>TOTAL</b>	<b>14.799</b>	<b>5.872</b>	<b>0,40</b>

\* Este indicador leva em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.

## EMPREGADOS POR CONTRATO DE TRABALHO E GÊNERO GRI 2-7 2022

### HOMENS



### MULHERES



## LICENÇA-MATERNIDADE/PATERNIDADE\* GRI 401-3

	2022	
Empregados que tiveram direito a <i>tirar</i> a licença	homens	8.862
	mulheres	5.937
Empregados que <i>tiraram</i> a licença no ano vigente	homens	14
	mulheres	67
Empregados que <i>retornaram</i> ao trabalho, no período do relatório, após o término da licença	homens	182
	mulheres	203
Empregados que retornaram a trabalhar após a licença e <i>continuaram</i> empregados 12 meses após o retorno ao trabalho	homens	137
	mulheres	160
Taxa de retorno	homens	0,27
	mulheres	0,43
Taxa de retenção	homens	1,07
	mulheres	1,43

<sup>1</sup> O indicador incorporou dados da Stone e da Linx.

\* Este indicador leva em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.

## TRABALHADORES COBERTOS POR UM SISTEMA DE GESTÃO DE SAÚDE E SEGURANÇA<sup>1</sup> GRI 403-8

	2022	
	EMPREGADOS	
Número total de indivíduos	Nº	14.799
Indivíduos cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional com base em requisitos legais e/ou padrões/diretrizes reconhecidos	Nº	14.799
	%	100
Indivíduos cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional com base em requisitos legais e/ou padrões/diretrizes reconhecidos, que foi auditado internamente.	Nº	14.799
	%	100
Indivíduos cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional com base em requisitos legais e/ou padrões/diretrizes reconhecidos, que foi auditado ou certificado por uma parte externa.	Nº	14.799
	%	100

<sup>1</sup> O indicador incorporou dados da Stone e da Linx. O número de trabalhadores que não são empregados, mas cujo trabalho e/ou local de trabalho é controlado pela organização, é equivalente a zero.

## ACIDENTES DE TRABALHO<sup>1</sup> GRI 403-9

	2022
	EMPREGADOS
Número de horas trabalhadas	1.000.000
Número de mortes resultantes de lesões relacionadas a acidente de trabalho	0
Taxa de fatalidades resultantes de lesões relacionadas ao trabalho	0
Número de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes)	13
Taxa de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes)	6,5
Número de lesões registradas relacionadas ao trabalho	144
Taxa de lesões registradas relacionadas ao trabalho	72

<sup>1</sup> O indicador incorporou dados da Stone e da Linx. O número de trabalhadores que não são empregados, mas cujo trabalho e/ou local de trabalho é controlado pela organização, é equivalente a zero.

## EMPREGADOS QUE RECEBEM ANÁLISES DE DESEMPENHO POR CATEGORIA FUNCIONAL (%)<sup>1</sup> GRI 404-3

	2022		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Alta Liderança	87,3%	100%	88,6%
Gerência	94,0%	96,0%	94,0%
Coordenação	93,2%	94,4%	93,5%
Especialistas	96,5%	97,4%	96,7%
Analistas	94,5%	92,3%	91,4%
Operacional	98,5%	98,9%	98,7%
<b>TOTAL</b>	<b>96,0%</b>	<b>95,6%</b>	<b>96,3%</b>

<sup>1</sup> Os dados do indicador incluem a soma dos empregados da Stone e da Linx.

\* Este indicador leva em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.

## EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO\* (%) GRI 405-1

	2022				
	HOMENS	PERCENTUAL	MULHERES	PERCENTUAL	TOTAL
Alta Liderança	63	90,0%	7	10,0%	70
Gerência	282	73,6%	101	26,4%	383
Coordenação	1.113	72,0%	432	27,9%	1.545
Especialistas	289	78,9%	77	21,0%	366
Analistas	3.358	64,9%	1.809	35,0%	5.167
Operacional	3.757	51,7%	3.511	48,3%	7.268
<b>TOTAL</b>	<b>8.862</b>	<b>59,8%</b>	<b>5.937</b>	<b>40,1%</b>	<b>14.799</b>

\* Este indicador leva em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.

## EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL E FAIXA ETÁRIA\* (%) GRI 405-1

	2022					
	ABAIXO DE 30 ANOS	PERCENTUAL	ENTRE 30 E 50 ANOS	PERCENTUAL	ACIMA DE 50 ANOS	PERCENTUAL
Alta Liderança	3	4,3%	48	68,6%	19	27,1%
Gerência	46	12,0%	293	76,5%	44	11,5%
Coordenação	450	29,1%	1.058	68,5%	37	2,4%
Especialistas <sup>1</sup>	39	10,6%	271	74,0%	56	15,3%
Analistas	2.679	51,8%	2.378	46,0%	111	2,1%
Operacional	4.077	56,1%	3.121	42,9%	69	0,9%
<b>TOTAL</b>	<b>7.294</b>	<b>49,3%</b>	<b>7.169</b>	<b>48,4%</b>	<b>336</b>	<b>2,3%</b>

<sup>1</sup> Números contemplam a categoria na plataforma de software.

\* Este indicador leva em consideração as empresas da página 52, podendo diferir dos indicadores divulgados no 20-F.

# Sumário de conteúdo GRI

## Declaração de uso

STONE CO. relatou com base nas Normas GRI para o período de relato: jan/2022 - dez/2022.

<b>GRI 1 usada</b>	GRI 1: Fundamentos 2021
<b>Norma(s) Setorial(ais) da GRI aplicável(eis)</b>	Não foi utilizada nenhuma norma setorial

## GRI 2: Conteúdos Gerais 2021

CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO		
		REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO
2-1 Detalhes da organização	8	-		
2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	8, 52			
2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	3			
2-4 Reformulações de informações	2-4			
2-5 Verificação externa	Não houve verificação externa			
2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	8			
2-7 Empregados	37, 55			
2-8 Trabalhadores que não são empregados		2-8	Não se aplica	Dados considerados confidenciais
2-9 Estrutura de governança e sua composição	29		Dados considerados confidenciais.	
2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	29			
2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	29			

CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO		
		REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO
2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	29			
2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	31			
2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	29			
2-15 Conflitos de interesse	32			
2-16 Comunicação de preocupações cruciais	29, 34			
2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	15, 31			
2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	29			
2-19 Políticas de remuneração	38			
2-20 Processo para determinação da remuneração	38			
2-21 Proporção da remuneração total anual		2-21	Não se aplica	Informação considerada confidencial
2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	5, 15			
2-23 Compromissos de política	32			
2-24 Incorporação de compromissos de política	32			
2-25 Processos para reparar impactos negativos	32, 34			
2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	32, 33			
2-27 Conformidade com leis e regulamentos		2-27	Não se aplica	Informação considerada confidencial
2-28 Participação em associações	52			
2-29 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	15, 53			
2-30 Acordos de negociação coletiva	83,1% dos empregados são cobertos por acordos de negociação coletiva.			

## Temas Materiais

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO		
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	3, 15	-		
	3-2 Lista de temas materiais	3, 17			
<b>Educação financeira</b>					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	45			
Capacitação e educação 2016	GRI 404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado		404-1	Dados não disponíveis.	
<b>Privacidade e Segurança de Dados</b>					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	34			
Privacidade do cliente 2016	GRI 418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes				Em 2022, houve um incidente externo proveniente de outra instituição financeira relacionado à chave Pix. O Banco Central notificou o mercado em geral para que as instituições financeiras comunicassem os seus clientes afetados. Ainda assim, não tivemos impacto interno nem qualquer relação com o incidente mencionado.
Segurança de dados	SASB-FB-FR-230a.2 Descreva a abordagem para identificar e endereçar riscos relacionados à segurança de dados	34			
<b>Atração, Desenvolvimento e Retenção de Colaboradores</b>					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	36			
Emprego 2016	GRI 401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	53, 54, 55			
	GRI 401-2 Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	38			
	GRI 401-3 Licença-maternidade/paternidade	55			

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO		
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO
Capacitação e educação 2016	GRI 404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	57			
<b>Ética, integridade e compliance</b>					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	32			
Combate à corrupção 2016	GRI 205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	A Stone faz análise de riscos como um todo, considerando as tipificações previstas na página 34 do relatório, não se limitando apenas à exposição a riscos de corrupção. O processo de gestão integrada de riscos segue metodologia adotada por toda a companhia, permitindo que sejam avaliados, monitorados e tratados.			
	GRI 205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção		205-2	Dados confidenciais	
	GRI 205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Não tivemos casos de corrupção confirmados no período retratado pelo relatório.			
<b>Inovação e tecnologia</b>					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	19			
<b>Qualidade e segurança do produto e serviço, e relacionamento com os clientes</b>					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	19			
Privacidade do cliente 2016	GRI 418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	Em 2022, houve um incidente externo proveniente de outra instituição financeira relacionado à chave Pix. O Banco Central notificou o mercado em geral para que as instituições financeiras comunicassem os seus clientes afetados. Ainda assim, não tivemos impacto interno nem qualquer relação com o incidente mencionado.			

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO		
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO
<b>Segurança, Saúde e Bem-Estar de colaboradores</b>					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	44			
	GRI 403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	44			
	GRI 403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	44			
	GRI 403-3 Serviços de saúde do trabalho	44			
	GRI 403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referente a saúde e segurança do trabalho	44			
	GRI 403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança ocupacional	44			
Saúde e segurança do trabalho 2018	GRI 403-6 Promoção da saúde do trabalhador	44			
	GRI 403-7 Prevenção e mitigação de impactos na saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócio				Na Stone, 100% dos funcionários, estagiários, aprendizes e diretores são atendidos quando a atuação acontece na área de saúde e são considerados apenas os profissionais com vínculo CLT. Na Linx, não há impactos diretos às pessoas não vinculadas à empresa.
	GRI 403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	56			
	GRI 403-9 Acidentes de trabalho	56			
<b>Diversidade, Inclusão e Equidade</b>					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	36			

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO		
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO
Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	GRI 405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados		405-1	Não se aplica.	A companhia não monitora os dados sobre empregados e trabalhadores dos grupos sub-representados por categoria funcional. Também não reportamos dados relacionados a trabalhadores por categoria funcional e gênero, e faixa etária, porque os dados são considerados confidenciais.
	GRI 405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens		405-2	Não se aplica.	A informação é considerada confidencial para a empresa.
Não discriminação 2016	GRI 406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	38			
<b>Democratização do acesso ao serviço e desenvolvimento local</b>					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	19			
	GRI 203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	12			
Comunidades locais 2016	GRI 413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	45			

---

# Créditos

## Coordenação do relatório

SUSTENTABILIDADE STONE CO.

## Gestão de projeto, consultoria GRI, matriz de materialidade, conteúdo e design

GRUPO REPORT – RPT SUSTENTABILIDADE E RPT ESTRATÉGIA

## Fotografia

ALDO BARRANCO, BERNARDO PIMENTEL, BRENDA ALCÂNTARA, CAIO FONTES,  
LUKE GARCIA/BANCO DE IMAGENS STONE CO.

## Revisão ortográfica

ALÍCIA TOFFANI

stone<sup>co.</sup>