

CIELO S.A. – INSTITUIÇÃO DE PAGAMENTO
CNPJ/MF nº 01.027.058/0001-91
NIRE 35.300.144.112

**EXTRATO DA ATA DE REUNIÃO EXTRAORDINÁRIA DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
REALIZADA EM 28 DE SETEMBRO DE 2022**

Data, hora e local: Aos 28 (vinte e oito) dias do mês de setembro de 2022, às 13 horas, na sede social da Cielo S.A. – Instituição de Pagamento (“Companhia”), na Alameda Xingu, nº 512, 21º ao 24º Andar, Alphaville, Centro Industrial e Empresarial, CEP 06455-030, na Cidade de Barueri, Estado de São Paulo.

Mesa: Presidente da Mesa: Sr. José Ricardo Fagonde Forni; Secretária da Mesa: Sra. Tatiane Zornoff Vieira Pardo.

Presença: A maioria dos membros do Conselho de Administração (“Conselho”) da Companhia. Participou, também, durante toda a reunião, a Sra. Tatiane Zornoff Vieira Pardo, *Governance Officer*.

Convocação: devidamente realizada nos termos do artigo 17 do Estatuto Social e itens 4.3 e 4.4 do Regimento Interno do Conselho.

ORDEM DO DIA: análise e deliberação acerca: **(1)** da eleição do Presidente e Vice-Presidente do Conselho de Administração da Companhia e **(2)** dos ajustes propostos à Política de Relacionamento com Cliente.

DELIBERAÇÕES: Dando início aos trabalhos, os Srs. membros do Conselho examinaram os itens constantes da Ordem do Dia e deliberaram :

(1) Aprovar, por unanimidade, a eleição do Sr. **Eurico Ramos Fabri**, brasileiro, casado, bancário, portador do documento de identidade RG nº 20.336.308-5/SSP-SP, inscrito no CPF sob nº 248.468.208-58, com endereço comercial na cidade de Osasco, Estado de São Paulo, no Núcleo Cidade de Deus, Vila Yara, CEP 06029-900, como Presidente do Conselho de Administração e o Sr. **José Ricardo Fagonde Forni**, brasileiro, casado, economista, portador do documento de identidade RG nº 1104480 SSP/DF, inscrito no CPF sob nº 455.261.501-78, com endereço comercial SAUN Quadra 5, Bloco B, Ed. Banco do Brasil, Asa Norte, Brasília, Distrito Federal, CEP 70040-912, como Vice-Presidente do Conselho de Administração, ambos para um mandato unificado de 02 (dois) anos, isto é, até a primeira reunião a ser realizada pelo Conselho de Administração imediatamente após a homologação das eleições pelo Banco Central do Brasil dos membros do Conselho de Administração eleitos na Assembleia Geral Ordinária da Companhia que deliberar sobre as matérias previstas no artigo 132 da Lei 6.404/76 referentes ao exercício social de 2023.

Fica consignado que os Srs. **Eurico Ramos Fabri** e **José Ricardo Fagonde Forni** ora eleitos preenchem todas as condições previstas na Resolução BCB nº 81/2021, bem como possuem amplo conhecimento dos preceitos nela consignados, nos termos dos termos de posse e declarações de desimpedimento anexos à presente Ata.

(2) **Aprovar**, por unanimidade, conforme recomendação do Comitê de Governança Corporativa, os ajustes propostos à Política de Relacionamento com Cliente, passando a referida a vigorar, a partir desta data, nos termos do Anexo I.

Lavratura e Leitura da Ata: Nada mais havendo a tratar, foram os trabalhos suspensos para a lavratura desta Ata. Reabertos os trabalhos, foi a presente Ata lida e aprovada, tendo sido assinada por todos os presentes.

ASSINATURAS: Mesa: Sr. José Ricardo Fagonde Forni, Presidente da Mesa; Sra. Tatiane Zornoff Vieira Pardo, Secretária da Mesa. Membros do Conselho de Administração da Companhia: os Srs. José Ricardo Fagonde Forni, Eurico Ramos Fabri, Aldo Luiz Mendes, Ênio Mathias Ferreira, Fernando José Costa Teles, Francisco da Costa e Silva, Francisco José Pereira Terra, Marco Aurélio Picini de Moura, Marcelo de Araújo Noronha e Regina Helena Jorge Nunes.

Certifico que a presente ata é cópia fiel daquela lavrada em livro próprio da Companhia

Barueri, 28 de setembro de 2022.

Tatiane Zornoff Vieira Pardo
Secretária da Mesa

(Anexo I – Pertencente à Ata de Reunião Extraordinária do Conselho de Administração da Cielo S.A. –
Instituição de Pagamento realizada em 28 de setembro de 2022)

| | | | |
|----------------------|-------------------------------------|----------------|----------------|
| Título: | RELACIONAMENTO COM O CLIENTE | Código: | PLT_009 |
| VP/Diretoria: | Diretoria de Produtos e Negócios | Versão: | 06 |

Histórico de Revisões

| Versão: | Data Aprovação: | Histórico: |
|----------------|------------------------|--|
| 01 | 03/06/2013 | Elaboração do Documento |
| 02 | 08/06/2015 | Inclusão dos campos Abrangência (II), Documentação Complementar (III), Conceitos e Siglas (IV), Responsabilidades (V), Gestão de Consequências (VII) e do item 4.3. Alteração dos itens 2.2 e 2.4. |
| 03 | 20/07/2017 | Atualização dos itens II. Abrangência, III. Documentação Complementar, V. Responsabilidades e subitens 3.2, 3.3 e 5.2 das VI. Diretrizes. |
| 04 | 30/12/2019 | Atualização no item II. Abrangência, III. Diretrizes subitens 1.1, 2.3, 2.4, 3.1, 3.2, 4.2, 4.3, 5.3, 5.4, 8.1, 8.2 V. Responsabilidades, VI. Documentação Complementar, VII. Conceitos e Siglas e VIII. Disposições Gerais. |
| 05 | 17/12/2021 | Atualização dos itens: I. Objetivo, II. Abrangência, III. Diretrizes subitens 1, 1.1, 2.1, 2.3, 2.4, 3.2, 3.3, 3.5, 8.2, IV. Gestão de Consequências, V. Re |
| 06 | 28/09/2022 | Atualização dos itens: I. Objetivo, II. Abrangência, III. Descrição subitens 1.1, 1.2, 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 3.1, 3.3, 4.2, 4.3, 5.1, 6.1, 6.2, 8.1, V. Responsabilidades, VI. Documentação Complementar, VII. Conceitos e Siglas, VIII. Disposições Gerais. |

Índice

| | |
|--|---|
| I. Objetivo | 2 |
| II. Abrangência | 2 |
| III. Diretrizes | 2 |
| 1. Planejamento Estratégico e Cultura Organizacional | 2 |
| 2. Transparência e Ética | 2 |
| 3. Credenciamento/Mercado | 3 |
| 4. Canais de Relacionamento | 3 |
| 5. Atendimento, Retenção e Fidelização | 4 |
| 6. Prevenção à Fraude | 4 |
| 7. Suporte Operacional | 4 |
| 8. Qualidade e Eficiência na Prestação de Serviços | 4 |
| IV. Gestão de Consequências | 5 |
| V. Responsabilidades | 5 |
| VI. Documentação Complementar | 5 |
| VII. Conceitos e Siglas | 6 |
| VIII. Disposições Gerais | 6 |

| | | | |
|----------------------|-------------------------------------|----------------|----------------|
| Título: | RELACIONAMENTO COM O CLIENTE | Código: | PLT_009 |
| VP/Diretoria: | Diretoria de Produtos e Negócios | Versão: | 06 |

I. Objetivo

A presente Política de Relacionamento com o Cliente (“Política”) tem por objetivo dispor sobre os deveres de condução do relacionamento com os Clientes da Cielo S.A. – Instituição de Pagamento, Servinet Serviços Ltda., Aliança Pagamentos e Participações Ltda. e Stelo S.A. a fim de garantir o atendimento das necessidades dos Cliente, bem como fortalecer a relação entre as partes, abrangendo as fases de pré-contratação, contratação e pós-contratação de produtos e de serviços e em observância dos princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência.

II. Abrangência

Todos os membros do Conselho de Administração, dos Comitês de Assessoramento e da Diretoria-Executiva (“Administradores”), membros do Conselho Fiscal e colaboradores, independente de cargo ou função exercidos, das empresas Cielo S.A. – Instituição de Pagamento, Servinet Serviços Ltda., Aliança Pagamentos e Participações Ltda. e Stelo S.A., doravante denominadas Companhia.

Todas as Sociedades Controladas da Companhia devem definir os seus direcionamentos a partir das orientações previstas na presente Política, considerando as necessidades específicas e os aspectos legais e regulamentares a que estão sujeitas.

Em relação às Sociedades Coligadas, os representantes da Companhia que atuem na administração das Sociedades Coligadas devem envidar esforços para que elas definam seus direcionamentos a partir das orientações previstas na presente Política, considerando as necessidades específicas e os aspectos legais e regulamentares a que estão sujeitas.

III. Diretrizes

1. Planejamento Estratégico e Cultura Organizacional

- 1.1. A Companhia tem como elementos principais de sua estratégia: o portfólio de produtos mais completo do mercado, atendimento de excelência aos Clientes e precificação sistemática e eficaz.
- 1.2. Faz parte também da Cultura Organizacional da Companhia o treinamento periódico dos colaboradores e prestadores de serviços envolvidos em toda a cadeia de relacionamento com o Cliente, ou seja, pré-venda, venda e pós-venda, garantindo a melhor experiência do Cliente.

2. Transparência e Ética

- 2.1. A Companhia busca manter um relacionamento com os seus Clientes de forma transparente, honesto, claro, justo e ético, em consonância com o [Código de Conduta Ética](#).
- 2.2. Todos os colaboradores devem garantir a confidencialidade das informações dos Clientes da Companhia, inclusive dos seus dados pessoais, conforme previsto na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (“LGPD”), visando construir e preservar uma relação de confiança e sintonia, cumprindo à risca o

| | | | |
|----------------------|-------------------------------------|----------------|----------------|
| Título: | RELACIONAMENTO COM O CLIENTE | Código: | PLT_009 |
| VP/Diretoria: | Diretoria de Produtos e Negócios | Versão: | 06 |

que for contratado e buscando, constantemente, a excelência na prestação dos serviços.

- 2.3. A Companhia mantém um controle rigoroso na coleta, tratamento e manutenção das informações dos seus Clientes, de forma a preservar sua integridade, disponibilidade e confidencialidade, obedecendo os rigorosos padrões de segurança e privacidade, sempre em consonância com a [Política de Segurança da Informação e Cibernética](#), [Política de Privacidade e Proteção de Dados](#) e legislação vigente no País.
- 2.4. Os colaboradores devem estar comprometidos a manter absoluto sigilo no tocante às informações, aos dados e aos documentos recebidos dos Clientes, além de observar os princípios de ética, conduta e integridade, responsabilidade, transparência, conduzindo suas atividades de acordo com as normas e políticas internas da Companhia.

3. Credenciamento/Mercado

- 3.1. O credenciamento de Clientes é realizado pela Companhia em âmbito nacional, com agilidade, segurança e acurácia das informações.
- 3.2. São praticados preços competitivos aos diferentes mercados de atuação e aos diferentes perfis de Clientes, estimulando a aceitação de cartões como meio eletrônico de pagamento, inclusive o ingresso de pequenos empreendedores, contribuindo com o Sistema de Pagamentos Brasileiro ("SPB") e o desenvolvimento da economia.
- 3.3. A Companhia disponibiliza informações, regras e condições de forma clara que permitem a tomada de decisão e livre escolha do Cliente.
- 3.4. A Companhia trabalha focada na manutenção dos mercados atuais e na expansão e conquista de novos mercados.
- 3.5. A participação em novos mercados deve proporcionar à Companhia a imagem de uma empresa inovadora e comprometida com a geração de soluções que atendam às necessidades dos Clientes.

4. Canais de Relacionamento

- 4.1. Para que os Clientes tenham fácil e constante acesso às informações sobre os produtos e serviços oferecidos pela Companhia, são disponibilizados Canais de Relacionamento para esclarecimento de dúvidas, envio de sugestões, registro de críticas e reclamações.
- 4.2. Os Canais de Relacionamento maximizam o uso das informações dos Clientes, distribuindo às áreas responsáveis conforme as necessidades dos Clientes, sempre seguindo os padrões de segurança mencionados no item 2.4.
- 4.3. Faz parte também do escopo dos Canais de Relacionamento prestar informações sobre contratos e outras informações pertinentes ao produto, operações e serviços.

| | | | |
|----------------------|-------------------------------------|----------------|----------------|
| Título: | RELACIONAMENTO COM O CLIENTE | Código: | PLT_009 |
| VP/Diretoria: | Diretoria de Produtos e Negócios | Versão: | 06 |

5. Atendimento, Retenção e Fidelização

- 5.1. O atendimento ao Cliente e a boa relação Companhia-Cliente são essenciais para a efetiva resolução de qualquer dificuldade ou problema que venha a ser enfrentado pelas partes. Os contatos recepcionados por meio dos Canais de Atendimentos serão devidamente registrados e tratados.
- 5.2. Ações de atendimento, retenção e fidelização estão sempre em desenvolvimento e são constantemente aperfeiçoadas para o melhor relacionamento com o Cliente.
- 5.3. A Companhia realiza periodicamente pesquisa de satisfação com os Clientes para aprimorar a eficiência operacional da Companhia como um todo.
- 5.4. Ainda, a Companhia realiza Pesquisa de Recomendação com seus Clientes, resultando no indicador *Net Promoter Score* ("NPS"), cuja apuração influencia diretamente a Remuneração Variável de todos seus colaboradores.

6. Prevenção à Fraude

- 6.1. Os riscos de fraude e perdas financeiras dos Clientes são mitigados por meio de medidas de prevenção, conscientização, consultoria, monitoramento e ações imediatas em relação às ocorrências identificadas.
- 6.2. A segurança do *onboarding* e das transações dos Clientes é mantida permanentemente aderentes aos requerimentos e padrões do mercado de meios de pagamento.

7. Suporte Operacional

- 7.1. As adequações dos serviços e das soluções de captura são sustentadas pelo legítimo interesse no Cliente, atendendo às necessidades atuais e futuras do mercado em que a Companhia atua.
- 7.2. As atividades de suporte operacional asseguram a qualidade, agilidade e adequação aos diversos segmentos de Clientes, prezando pela eficiência, minimização de custos e melhoria dos processos.

8. Qualidade e Eficiência na Prestação de Serviços

- 8.1. A Companhia tem como premissa oferecer produtos e serviços inovadores que permitam o desenvolvimento e atendam às necessidades de cada perfil de Cliente. Para tal, a Companhia pode coletar informações que julgue relevante para cada produto ou serviço, observando os limites legais e regulatórios.
- 8.2. A Companhia adota o *Supplier Relationship Management* ("SRM"), programa de monitoria e avaliação dos fornecedores, com o objetivo de garantir a qualidade, continuidade e eficiência nos serviços prestados aos Clientes.

| | | | |
|----------------------|-------------------------------------|----------------|----------------|
| Título: | RELACIONAMENTO COM O CLIENTE | Código: | PLT_009 |
| VP/Diretoria: | Diretoria de Produtos e Negócios | Versão: | 06 |

IV. Gestão de Consequências

Colaboradores, fornecedores ou outros *stakeholders* (públicos de interesse) que observarem quaisquer desvios às diretrizes desta Política, poderão relatar o fato ao Canal de Ética podendo ou não se identificar, nos canais abaixo:

- www.canaldeetica.com.br/cielo
- Telefone, ligação gratuita: 0800 775 0808

Internamente, o não cumprimento das diretrizes desta Política enseja a aplicação de medidas de responsabilização dos agentes que a descumprirem, conforme a respectiva gravidade do descumprimento, e de acordo com normativos internos.

V. Responsabilidades

- **Administradores e Colaboradores:** Observar e zelar pelo cumprimento da presente Política e, quando assim se fizer necessário, acionar a área Comercial para consulta sobre situações que envolvam conflito com esta Política, bem como mediante a ocorrência de situações nela descritas.
- **Conselho de Administração:** Analisar, alterar e aprovar a presente Política de acordo com a periodicidade prevista nas normas internas da Companhia, e sempre que julgar necessário.
- **Vice-Presidência de Grandes Contas, Vice-Presidência Varejo e Empreendedores e Diretoria Produtos e Negócios:** Garantir o atendimento dos Clientes, divididos por segmento via canais disponíveis, prezando pela ética e bom relacionamento, assegurando o resultado da Companhia, de acordo com seus objetivos e resguardando sempre o sigilo das informações.
- **Vice-Presidência de Riscos, Compliance, Prevenção e Segurança:** Garantir a proteção dos dados, o monitoramento e a segurança das transações dos Clientes, conforme descritos nesta Política, na [Política de Segurança da Informação e Cibernética](#), na [Política de Privacidade e Proteção de Dados](#) e na legislação vigente no País.

VI. Documentação Complementar

- [Código de Conduta Ética](#).
- [Política de Produtos e Serviços](#).
- [Política de Segurança da Informação e Cibernética](#).
- [Política de Privacidade e Proteção de Dados](#).
- Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.
- Resolução BCB nº 155, de 14 de outubro de 2021.
- Legislações vigentes no âmbito federal, estadual e municipal.
- Normas internas aperfeiçoadas constantemente, aprovadas pelas alçadas competentes e disponibilizadas a todos os colaboradores.

| | | | |
|----------------------|-------------------------------------|----------------|----------------|
| Título: | RELACIONAMENTO COM O CLIENTE | Código: | PLT_009 |
| VP/Diretoria: | Diretoria de Produtos e Negócios | Versão: | 06 |

VII. Conceitos e Siglas

- **Canais de Relacionamento:** são os meios que a Companhia disponibiliza para trocar informações com os seus Clientes, tais como: Centrais de Atendimento, Mídias Sociais, Área Comercial, Fale Conosco, Ouvidoria, Aplicativo, Site e Canal de Ética, sendo este último somente quando se tratar de questões de condutas éticas que divergem do dispostos no [Código de Conduta Ética](#) da Companhia
- **Clientes:** toda e qualquer pessoa física ou jurídica, que adquira ou contrate, que tenha contratado ou adquirido qualquer produto ou serviço oferecido pela Companhia.
- **NPS (Net Promoter Score):** indicador que permite às companhias medirem a probabilidade de um Cliente recomendar à Companhia como uma boa prestadora de serviços.
- **Sociedades Coligadas:** são as sociedades nas quais a Companhia tenha influência significativa, sendo que, nos termos do artigo 243, §4º e §5 da Lei das Sociedades por Ações, (i) há influência significativa quando a Companhia detém ou exerce o poder de participar nas decisões das políticas financeira ou operacional de uma sociedade, sem, contudo, controlá-la; e (ii) a influência significativa será presumida quando a Companhia for titular de 20% (vinte por cento) ou mais do capital votante da respectiva sociedade, sem, contudo, controlá-la.
- **Sociedades Controladas:** são as sociedades nas quais a Companhia, direta ou indiretamente, é titular de direitos de sócia ou acionista que lhe assegurem, de modo permanente, preponderância nas deliberações sociais e o poder de eleger a maioria dos administradores, nos termos do artigo 243, §2º da Lei das Sociedades por Ações.
- **SRM (Supplier Relationship Management):** programa de monitoria e avaliação dos fornecedores.
- **Stakeholders (públicos de interesse):** todos os públicos relevantes com interesses pertinentes à companhia, bem como indivíduos ou entidades que assumam algum tipo de risco, direto ou indireto, em face da sociedade. Entre outros, destacam-se: acionistas, investidores, colaboradores, sociedade, Clientes, fornecedores, credores, governos e órgãos reguladores, concorrentes, imprensa, associações e entidades de classe, usuários dos meios eletrônicos de pagamento e organizações não governamentais.
- **VP:** Vice-Presidência Executiva.

VIII. Disposições Gerais

É competência do Conselho de Administração da Companhia alterar esta Política sempre que se fizer necessário.

Esta Política entra em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho de Administração e revoga quaisquer documentos em contrário.

Barueri, 28 de setembro de 2022.

Cielo S.A. – Instituição de Pagamento