



2023

Relatório de Sustentabilidade

Sumário



03

Mensagem do CEO



10

Programa Aja

13 Aja pelo Planeta

20 Aja pelas Pessoas

30 Aja pelos Nossos Valores



42

Engajamento com
stakeholders



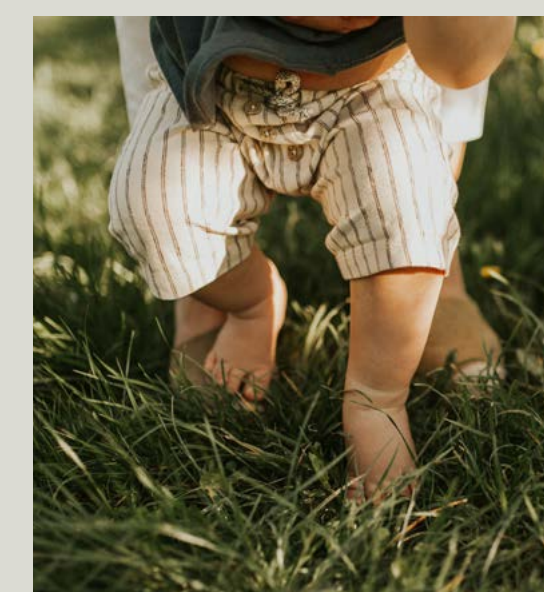
05

A Atlantica Hospitality
International



40

Materialidade



46

Nosso Futuro



Eduardo Giestas
CEO da Atlantica Hospitality International

Uma jornada de transformação

Falar em um mundo mais sustentável, garantindo o futuro das próximas gerações, não era uma temática frequente ao desenhar a estratégia de um negócio há 20 anos. Hoje, esse assunto é essencial para garantir a longevidade da atuação em qualquer segmento.

A mudança que as lideranças precisam realizar no dia a dia das operações para incorporar a agenda ESG (ambiental, social e de governança) não pode acontecer apenas nos processos e práticas que garantem os resultados ao final de cada trimestre. Para que a implantação dessa “nova” forma de fazer negócio dê certo, a transformação tem que começar dentro de cada um de nós.

Quando cheguei à Atlantica, há sete anos, a empresa estava passando por um momento desafiador e, por isso, era preciso uma transformação profunda em todos os aspectos. Assumir riscos para crescer era necessário e estávamos dispostos a isso. Com muito diálogo e tendo a transparência como uma premissa inegociável, recebemos um voto de confiança dos nossos acionistas.

A partir daí, começamos a ampliar nossa atuação e a explorar um novo modelo de negócio. Repensamos a estrutura organizacional e conseguimos montar um time forte, formado por pessoas engajadas que já estavam na empresa e por profissionais vindos do mercado. A mentalidade de planejamento começou a fazer parte da nossa rotina, com visão de longo prazo através de perspectivas de resultado sempre cinco anos à frente.

Após dois anos, voltamos a entregar resultados financeiros positivos. Então, demos o próximo passo: a construção de uma cultura corporativa forte, que pudesse levar a Atlantica a novos patamares de operação no mercado de hospitalidade e garantisse a longevidade sadia da companhia.

Fizemos um mergulho na essência do nosso negócio e revelamos nosso propósito, nossa aspiração e nossos valores, que começaram a pavimentar o caminho para uma jornada rumo a uma empresa sustentável.

Com o surgimento da pandemia global de covid-19, o nosso propósito de “cuidar de cada um que confia na gente” nunca fez tanto sentido. Precisávamos cuidar de todos. A saúde estava em primeiro lugar. Viver esse momento difícil e único nos ajudou a entender com mais clareza o alcance dos nossos negócios para o nosso ecossistema de *stakeholders*.

Em 2021, com o cenário pandêmico já sob controle, a agenda ESG evoluiu e ganhou força, não só para a Atlantica, mas para o mundo como um todo.

Sempre tivemos práticas que visam ao consumo consciente de recursos, à promoção de um ambiente acolhedor e seguro para todas as pessoas e ao desenvolvimento de nossos colaboradores. O que precisávamos era agrupar e estruturar essas ações de forma a ter nossa estratégia de sustentabilidade em um único sistema. Traçar compromissos mais audaciosos e mensuráveis para evoluir com as nossas iniciativas. Foi assim, de forma genuína, que nasceu o Programa Aja, nosso chamado para todos agirem, partirem para ação junto conosco.



Entendemos que, primeiramente, era preciso pensar no social, especialmente em nossos colaboradores, que fazem a Atlantica ser o que ela é. Era fundamental fortalecer as nossas práticas internas, com foco em mobilidade social por meio da formação profissional, da diversidade, da equidade e da inclusão.

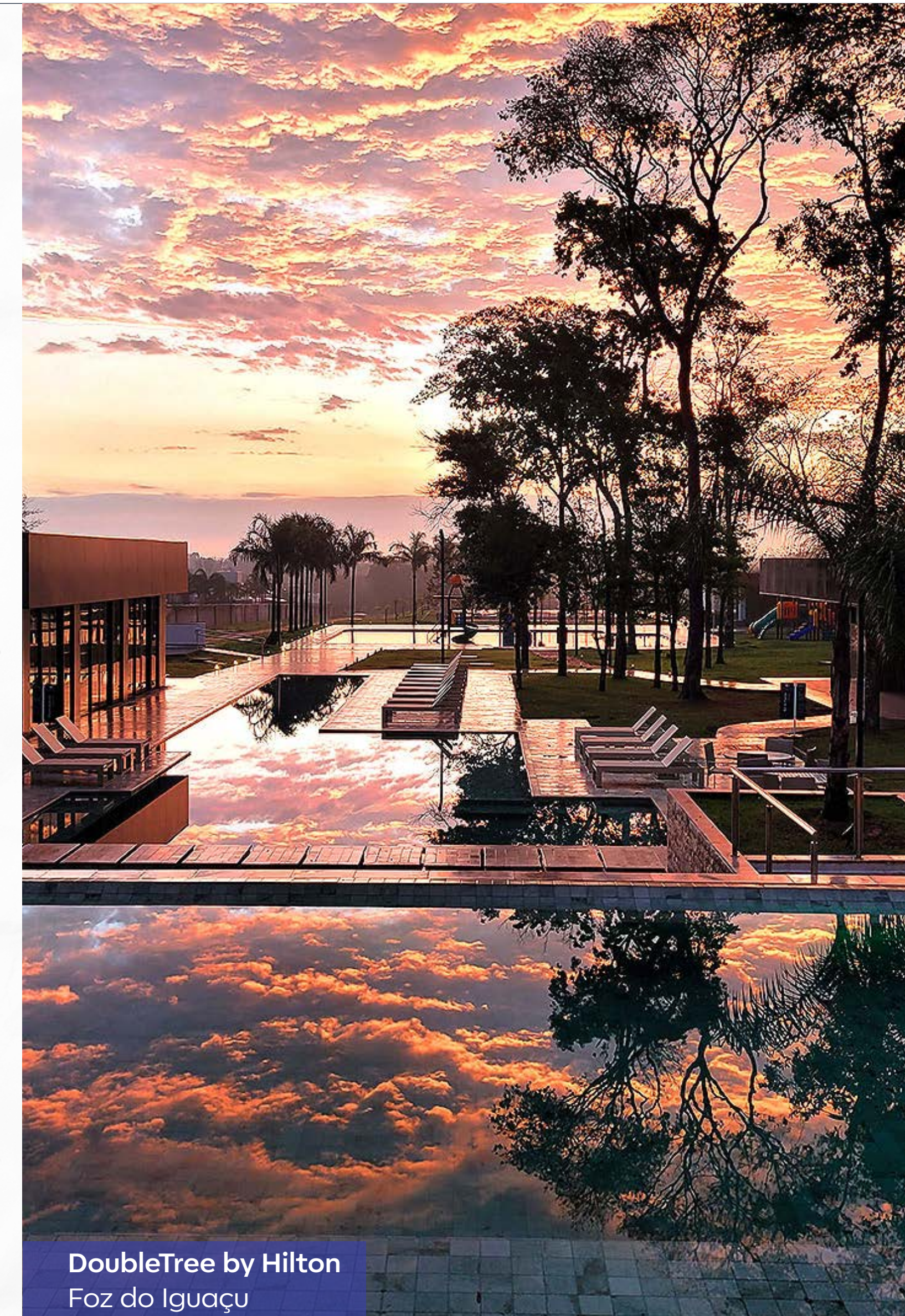
Passamos, ainda, a olhar com mais atenção para a natureza altamente consumidora do nosso negócio. Água, energia, alimentos e itens descartáveis são algumas dessas variáveis de consumo. Por isso, pensar de forma consciente a gestão desses insumos e promover essa consciência também entre os nossos hóspedes é primordial para garantirmos o equilíbrio das operações em relação ao meio ambiente.

Temos a consciência do tamanho da nossa responsabilidade ao fazer a gestão de ativos altamente valiosos para nossos investidores. Implementar um robusto programa ESG também demonstra o quanto entendemos esse nosso papel, uma vez que estamos cuidando da perenidade do negócio.

**Nesse contexto, o ano de 2023
foi decisivo para o Programa.
Afinal, o Aja hoje nos orgulha
por endereçar o compromisso
da Atlantica com um futuro
melhor.**

Este é o nosso primeiro Relatório de Sustentabilidade e ele conta como foram os primeiros passos dessa jornada. Fico muito feliz em ver o que construímos até agora com a ajuda desse time de seis mil colaboradores entusiasmados, engajados e comprometidos em fazer um mundo melhor. Sigamos juntos cuidando de quem confia na gente.

Eduardo Giestas
CEO da Atlantica Hospitality International



DoubleTree by Hilton
Foz do Iguaçu



A Atlantica Hospitality International

Mais de 25 anos de experiência e um portfólio de mais de 180 empreendimentos, atuando com o propósito de cuidar de cada um que confia na gente.

Nosso negócio



Cuidar de cada um que confia na gente.

É para isso que a Atlantica existe! Este é o propósito da empresa sediada no Estado de São Paulo, com mais de 25 anos de experiência no segmento brasileiro de hospitalidade. Com um portfólio de mais de 180 empreendimentos, a companhia está posicionada como a maior administradora hoteleira multimarcas da América Latina em volume de empreendimentos. No Brasil é a pioneira entre as administradoras de hotel, com marcas próprias e alianças exclusivas com três das maiores redes hoteleiras do mundo.

Nossa aspiração é ser a melhor administradora de hospitalidade do Brasil, com quem hóspedes, investidores, parceiros e talentos querem estar.

Para isso, somos guiados por seis valores organizacionais. São eles que apontam a direção correta para atingirmos nossa aspiração e orientam nossos profissionais sobre o comportamento esperado para alcançar os resultados e alavancar o negócio.

Com um time focado e entusiasmado, avançamos em ritmo crescente promovendo cada vez mais transformação, que foi o que nos trouxe até o patamar atual. Com transparência e resultados, pavimentamos um caminho de confiança com nossos acionistas e investidores, seguindo práticas e padrões de excelência em gestão, consolidando pouco a pouco o nosso jeito de fazer negócio.

Nossos valores



Cumpridores: somos conscientes dos compromissos que assumimos como grupo e indivíduos, nos responsabilizamos por nossos erros e acertos.



Focados: priorizamos a satisfação do hóspede bem como o resultado financeiro do investidor.



Ousados: antecipamos tendências e inovamos, buscando ir além do lugar-comum.



Sinérgicos: acreditamos no efeito da escala e da complementaridade de nossos talentos para alavancar nossa rede colaborativa.



Prósperos: estimulamos e reconhecemos o mérito da superação do autodesenvolvimento.



Entusiastas: trabalhamos com paixão e empolgação, valorizando os relacionamentos e comemorando as conquistas.

Radisson Paulista - São Paulo

+ de 180
empreendimentos no Brasil

+ de 6 mil
colaboradores

+ de 28 mil
quartos

R\$ 2,3 bilhões
em receitas brutas sob gestão



As marcas

Nossa trajetória é marcada por crescimento constante, atuação baseada em nossos valores e disposição para buscar sempre a excelência para nossos hóspedes, colaboradores e investidores. Essa forma de atuar nos levou à construção de um portfólio diversificado em soluções de hospitalidade, presente em todas as regiões brasileiras. De norte a sul, construímos um time com os mais diversos sotaques e que se esforça para proporcionar uma experiência única e inesquecível para quem se hospeda conosco.



<p>Marca institucional</p>			
<p>Programa ESG</p>			
<p>Hotéis - bandeiras internacionais</p>		<p>Hotéis - bandeiras nacionais</p> <p>Transamerica hotels</p>	
<p>Residenciais - marca própria</p>		<p>Plataforma de e-commerce para clientes e programas de fidelidade</p>	
<p>Hotéis - bandeiras internacionais (cont.)</p>		<p>Hotéis - bandeiras nacionais (cont.)</p> <p>Endosso para marcas de hotelaria de terceiros</p>	
<p>A&B - marcas próprias</p>		<p>Residenciais - marca própria (cont.)</p> <p>Endosso para marcas de residenciais de terceiros</p> <p>Marketplace para hotéis</p>	



Conheça a Atlantica

Bandeiras internacionais

A Atlantica detém alianças exclusivas com três das maiores redes hoteleiras do mundo:



Choice é proprietária de 22 marcas hoteleiras, com mais de 7.500 hotéis e 650 mil quartos distribuídos em 46 países. No Brasil, é representada pela Atlantica com bandeiras como Sleep Inn, Comfort, Comfort Suites, Quality, Clarion, Radisson, Radisson BLU, Radisson Collection, Radisson RED, Park Plaza, Park Inn by Radisson e Country Inn & Suites by Radisson.



Hilton possui mais de 1,2 milhão de quartos distribuídos em 126 diferentes territórios, com mais de 7.500 empreendimentos. Proprietária de 22 marcas, no Brasil tem operações sob a gestão da Atlantica por meio das bandeiras Hilton Garden Inn, Motto by Hilton e DoubleTree by Hilton.



Wyndham está presente em 95 países, com aproximadamente 9.100 hotéis que operam com 24 diferentes marcas proprietárias. No Brasil, é representada pela Atlantica por meio das marcas Wyndham, Wyndham Garden, Ramada e Ramada Encore.

Bandeiras nacionais

Transamerica

hotels

A Atlantica é proprietária da família de marcas Transamerica Hotels (Go Inn Transamerica, Esuites Transamerica, Transamerica Fit, Transamerica Executive, Transamerica e Transamerica Collection), assim como da chancela by Atlantica.

Residenciais



Roomo: vertical de negócios da Atlantica especializada na gestão de locações de residenciais com serviços, conhecida no mercado como STR (*short term rental*). Foi criada com o conceito de locação flexível para os hóspedes reservarem para morar, viajar, trabalhar de onde quiserem, por quanto tempo precisarem.

Plataformas



Let's Atlantica* é a marca responsável por toda a jornada de relacionamento com os hóspedes, sendo o canal proprietário de vendas e hospedagem, assim como o programa de fidelidade da Atlantica. Como plataforma, posiciona-se como a solução completa de comunicação, reservas, benefícios na hospedagem e de ganho e troca de pontos. Disponibiliza uma busca ampla por acomodação em todos os empreendimentos (hotéis e residenciais), com acúmulo de pontuações (cada R\$ 1 em hospedagem vale 1 ponto Let's) que podem ser resgatadas em diárias, *early check-in*, *late check-out*, catálogo de prêmios e descontos em empresas parceiras.



Provera Atlantica: é o *marketplace* da companhia, uma solução exclusiva para os mais de 180 empreendimentos que administra. Oferece ganhos de escala com negociações competitivas e descontos agressivos nos produtos essenciais ao dia a dia dos empreendimentos, sejam eles itens de Capex ou Opex. Inclui produtos que acompanham tendências a favor do consumo consciente, como alternativas para o plástico de uso único em *dispensers* e parcerias com fornecedores comprometidos com programas de ESG e com a redução de emissões de carbono.

*Em 2024, o Reserve Atlantica foi integrado ao Let's Atlantica, tornando-se, além de programa de fidelidade, o canal direto de vendas e de reservas da companhia.



ESG na Atlantica

Sabemos que ter um portfólio amplo e completo de soluções exige de nós uma grande responsabilidade em relação à forma como gerenciamos nossos negócios, como nos posicionamos nas localidades em que estamos presentes e contribuimos com seu desenvolvimento e como cuidamos do meio ambiente. Assim, agir por um mundo melhor, buscando impactar positivamente a sociedade, é uma realidade em todos os nossos empreendimentos. E sempre foi assim. O cuidado com o nosso time e com as pessoas de forma geral está na nossa essência.

Em 2021 criamos o Aja, nosso programa ESG (sigla em inglês que significa ambiental, social e de governança), um movimento focado em causas urgentes e relevantes para a humanidade e o meio ambiente. Inúmeras iniciativas já eram realizadas a partir desses três pilares, mas a criação do programa nos ajudou a aprimorar o seu acompanhamento e implantar metas ambiciosas e factíveis.

Desde então, o Aja foi evoluindo de forma natural, acompanhando as mudanças do negócio e a relevância que essa pauta ganhou no mercado. Ciente dessa evolução, dos bons resultados que alcançávamos e reconhecendo nosso potencial para ir além, nossa liderança entendeu que era o momento de dar mais um passo e estabelecer uma agenda clara, com ambições e compromissos bem estabelecidos, que pudesse ser desdobrada para todas as unidades de hospitalidade administradas pela empresa.

Em 2023, reorganizamos e divulgamos, de forma mais ampla, as visões e pretensões do Aja. Estabelecemos metas objetivas e elegemos projetos relevantes para darmos foco. A partir de uma narrativa leve, que materializa o nosso propósito, reunimos todas as iniciativas já realizadas e em realização, ressaltando o envolvimento dos nossos colaboradores em contribuir com a construção de um futuro melhor para todos.

Os avanços do Aja deixam ainda mais evidente como todos os esforços empreendidos e o engajamento de nossas partes interessadas já colocaram a Atlantica no caminho certo para a condução de um negócio sustentável. Agora, fica o convite para o nosso time percorrer esse caminho, com ousadia e inovação, trabalhando sempre de forma sinérgica e buscando a prosperidade de todos os *stakeholders*. E, como esse time trabalha com entusiasmo e focado em entregar os compromissos assumidos, o resultado tem sido muito positivo.

É essa a história que será contada neste primeiro Relatório de Sustentabilidade da Atlantica Hospitality International. Estamos percorrendo uma jornada que é motivo de muito orgulho para toda a nossa rede e que é construída a cada dia. Já fizemos bastante até aqui, mas ainda vamos muito mais longe!





aja 
POR UM
MUNDO MELHOR

Programa Aja

Um movimento em que cada pessoa conta e que vai ao encontro de fazer o bem.

Causar impacto positivo nas comunidades onde atuamos. Engajar o público interno e parceiros. Ter consciência do potencial transformacional do negócio para além dos resultados para os acionistas. Todas essas preocupações fazem parte de quem somos e foram traduzidas em iniciativas desde 2021. Entendemos que, para contribuir com a construção de um futuro melhor para todos, era preciso agir a partir de uma agenda clara e traçando indicadores mensuráveis. Foi assim que o nosso programa Aja ganhou novos contornos em 2023.

O Aja agrega todas as iniciativas realizadas pela Atlantica que contribuem para construir um mundo no qual ações falem mais alto que palavras.

E contamos com uma força fundamental para fazer esse plano sair do papel e alcançar resultados de grande impacto para a sociedade: nosso público interno, que é entusiasmado, engajado e comprometido em cuidar de cada um que confia na gente.

Este é um movimento que abraça causas coletivas e que, no fundo, toca no desejo de cada pessoa de fazer o bem. Cada pessoa conta. Cada gesto agrega e faz muita diferença, seja ele de alguém do nosso time, hóspede, investidor ou parceiro.

Aja vem de agir:

- **Agir constantemente**
- **Agir positivamente**
- **Agir mais**



Clique [aqui](#) e assista ao videomanifesto do Aja.



Todos os projetos realizados a partir do Aja contribuem com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Os ODS são 17 metas globais, estabelecidas pela Organização das Nações Unidas (ONU), que tratam dos principais desafios de desenvolvimento enfrentados pelas pessoas, no Brasil e no mundo.



Frentes de atuação:



Aja pelo Planeta – Lixo, energia e água

Estimulamos o consumo consciente, minimizamos o impacto negativo no meio ambiente e preservamos os recursos naturais do planeta. Usar menos, reaproveitar mais.



Aja pelas Pessoas – Desenvolvimento de pessoas, diversidade e causa social

Promovemos um ambiente com igualdade e diversidade. Incentivamos o desenvolvimento pessoal e promovemos conhecimento para que nossos talentos possam prosperar. Além disso, enfrentamos a violência e a exploração sexual de crianças e adolescentes em nossos empreendimentos.



Aja pelos Nossos Valores – Transparência e informações acessíveis sempre

Prezamos pela transparência e pela relação de confiança com todos aqueles com quem nos relacionamos, seguindo as melhores práticas de governança corporativa.



SUSTENTABILIDADE NA ATLANTICA: Veja como avançamos com os nossos compromissos do Aja ao longo de 2023.

Pilares	 PELO PLANETA				 PELAS PESSOAS			 PELOS NOSSOS VALORES			
Projetos e Ambições	Energia CO ₂ nsciente	Água na Medida	#desplastifique	Lixo Útil	Vamos Tod@s	A(s)cenda	Infância Livre	Gestão Transparente	Excelência Financeira	Gestão de Valor	
	Só usar energia renovável e limpa, sem qualquer emissão de carbono.	Usar a água com a consciência de que é uma riqueza finita.	Eliminar todo e qualquer consumo de itens plásticos de uso único e substituí-los por itens recicláveis e/ou reutilizáveis.	Dar um destino produtivo a todo e qualquer resíduo gerado por nós. Dessa forma, nada vai para aterros sanitários.	Ter uma demografia interna mais diversa e inclusiva que a sociedade onde estamos inseridos.	Ser um agente de mobilidade social e profissional, por meio do qual todos se desenvolvem e prosperam.	Enfrentar a violência e a exploração sexual de crianças e adolescentes nos nossos hotéis, mobilizando as pessoas e propagando a causa por meio de nossos canais.	Ser transparente no relacionamento com acionistas, investidores, colaboradores, hóspedes e parceiros, garantindo compliance ao adotar boas práticas em gestão.	Gerar prestação de contas precisa, tempestiva e acessível aos nossos investidores para proporcionar a melhor tomada de decisão.	Gerenciar os ativos dos nossos investidores com excelência estratégica e operacional, de forma a reduzir e mitigar riscos.	
Objetivos em 2023	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 70% dos estudos contratados e/ou realizados para ações de redução de energia em 2023 ▶ 50% dos empreendimentos elegíveis ao consumo da energia proveniente do Mercado Livre ou de Geração de Energia (GD2) com contratos de energia firmados em 2023 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 70% dos hotéis com plano completo de redução do consumo de água para implementação até 2023 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Reduzir 100% do uso de plástico nos empreendimentos até 2023 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Elaboração de um Plano de Gestão de Resíduos Sólidos (PGRS) em 100% dos hotéis até 2023 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Acolher a diversidade e abraçar o jeito de ser único de cada um dos nossos colaboradores 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Garantia de que 85% do público interno – corporativo, liderança e operação – tenha todo o conhecimento básico para a sua função, seja de aspecto cultural ou técnico 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Incentivo à arrecadação de R\$ 500 mil em doações para a causa de proteção de crianças e adolescentes na luta contra o abuso e a exploração sexual ▶ Conscientização de hóspedes e colaboradores 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Governança corporativa ▶ Conformidade e <i>Compliance</i> (Procedimentos, controles, código de conduta, auditoria e canal de denúncias) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Estrutura de especialistas ▶ Prestação de contas 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Comitês ▶ Gestão da reputação 	
Resultados em 2023	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 71% dos hotéis contrataram o <i>assessment</i> de energia ▶ 64% dos hotéis contrataram fornecedores de energia limpa (Mercado Livre e Geração Distribuída) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 100% dos nossos hotéis administrados com plano completo de redução de consumo de água 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 94% dos nossos empreendimentos fizeram a troca de miniaturas de uso único para <i>dispensers</i> ▶ 57% dos nossos empreendimentos migraram de garrafas de água de plástico para embalagens de alumínio, vidro ou cartonadas 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 32% dos hotéis implantaram PGRS 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Diversidade Atlantica: somos 4% mais diversos em relação à orientação sexual ▶ 56% dos nossos talentos se autodeclararam pretos e pardos ▶ Mulheres: 10% acima da média demográfica nacional 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 72% dos nossos colaboradores concluíram as trilhas de treinamento obrigatórias 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 60% da meta alcançada, pois nossa arrecadação anual para o projeto Childhood Brasil foi de R\$ 298 mil ▶ 100% alcançada por meio de campanha e treinamentos internos, bem como inúmeras iniciativas externas 	As iniciativas definidas foram implementadas conforme cronograma e metas foram estipuladas a partir de 2024.			



Aja pelo Planeta

Para que as próximas gerações tenham um mundo mais sustentável, é preciso ter consciência de que as escolhas de hoje importam. Nessa frente de atuação do Programa Aja foram definidos projetos que estimulam o consumo consciente e as práticas sustentáveis nos hotéis administrados pela Atlantica. Conheça as ambições de longo prazo de cada um deles, assim como os objetivos, metas e resultados já alcançados.

17 PARCEIRIAS E MEIOS DE IMPLEMENTAÇÃO

7 ENERGIA LIMPA E ACESSÍVEL

12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS

13 AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA

ODS da ONU impactados pela contribuição do Aja pelo Planeta





Energia CO₂nsciente

Só usar energia renovável e limpa, sem qualquer emissão de carbono

Como chegaremos lá

- ▶ Reduzindo o consumo de energia *per capita* em **10%** até 2028 nos hotéis que administramos
- ▶ Hotéis utilizando **fontes de energia renovável até 2025**

Nossas metas em 2023

- ▶ **70% dos hotéis com estudos** (*assessment*) contratados e/ou realizados para **identificar oportunidades de redução do consumo de energia** até o fim de 2023
- ▶ **50% dos empreendimentos** elegíveis ao consumo da energia proveniente do Mercado Livre ou de Geração de Energia (GD2) com contratos de energia firmados em 2023

Nossos resultados até dezembro de 2023

71%
dos hotéis contrataram o *assessment* de energia

64%
dos hotéis contrataram fornecedores de energia limpa (Mercado Livre e geração distribuída)



O uso de combustíveis fósseis como fonte de energia é algo que vem sendo repensado em todo o planeta e foi um dos principais temas de debate da COP28, realizada em Dubai, em novembro e dezembro de 2023. Alternativas de energia limpa já existem e o custo para implementação delas tem caído gradativamente à medida que investimentos em novas fazendas solares e parques eólicos ganham mais impulso, tanto no Brasil como no exterior.

Para reduzir nossa pegada de carbono, temos promovido a migração para o mercado livre de energia, que utiliza fontes renováveis, tendo como principais a eólica, a solar e as pequenas unidades hidrelétricas.

Ao fim do ano, **64% dos hotéis tinham contratado fornecedores de energia limpa**. Além disso, 33% dos nossos empreendimentos também já estavam utilizando placas solares para aquecimento de água. Estamos à frente no setor de hospitalidade, atuando como protagonistas, e, com isso, movimentando nosso segmento a favor da transformação por um mundo mais sustentável.

Como referência, consideramos que cada hóspede consome por ano cerca de 20 kWh/RNE (kilowatt-hora) por quarto ocupado. A partir desse ponto, 71% dos hotéis realizaram diagnósticos técnicos para a redução do consumo de energia, com projetos

que envolvem a busca pela eficiência de sistemas de ar condicionado (um dos itens que mais consomem energia), iluminação e equipamentos com alto potencial de impacto. Foi estimado que o consumo de energia do Mercado Livre¹ e das fontes de energia limpa deve representar uma **economia de aproximadamente R\$ 74,7 milhões nos próximos cinco anos** para o conjunto dos empreendimentos administrados pela Atlantica beneficiados por essas medidas.

A estratégia inicial é atuar com consumo consciente estabelecendo uma rotina organizada nas operações com metrificação das reduções. Além das metas de médio prazo já estabelecidas, temos mapeado como próximos passos a realização do inventário de carbono dos empreendimentos.

¹ O Mercado Livre de Energia é uma alternativa mais barata e sustentável do que a compra tradicional de energia. As empresas fecham o contrato com quem oferece as melhores condições, observando a regulamentação do setor. Dessa forma, com um bom planejamento, vai sempre pagar menos do que pagava no mercado de energia tradicional, cativo. Fonte: mercadolivreenergia.com.br



Água na Medida

Usar a água com a consciência de que é uma riqueza finita

Como chegaremos lá

- ▶ Medindo o consumo de água por área/processo, permitindo **eliminação de vazamentos e planos de redução**
- ▶ Conscientizando hóspedes e colaboradores por meio de **comunicação apropriada e treinamento**
- ▶ Instalando equipamentos que permitam **redução do consumo de água em chuveiros, descargas e torneiras**
- ▶ **Redução do consumo de água per capita em 15% m3/RNE** (metros cúbicos por quarto ocupado) até 2028

Nossa meta em 2023

- ▶ **70% dos hotéis com plano completo de redução do consumo de água**

Nosso resultado até dezembro de 2023

100% dos hotéis administrados estabeleceram um plano completo de redução de consumo de água

A água é um recurso natural essencial para a vida. O seu uso consciente deve ser uma premissa para qualquer ser humano e é uma constante preocupação para a nossa empresa. **Em nossos empreendimentos são consumidos mais de 1,6 bilhão de litros de água por ano e qualquer redução importa.** Sendo assim, trabalhamos esse tema de forma contínua em ações de comunicação com os hóspedes e em treinamentos com as equipes.

Em 2023, tivemos o novo desafio de estruturar de forma mais robusta o controle do uso desse recurso, buscando iniciativas que levem à sua redução de forma mensurável e com acompanhamento recorrente. Por isso, a proposta é baseada em um diagnóstico cuidadoso das instalações em cada um dos empreendimentos para permitir a identificação de oportunidades em todos eles. Esses diagnósticos envolvem a medição do consumo de água por área e por processo para evitar vazamentos, a mediação de pressão e vazão de torneiras, chuveiros e vasos sanitários, além da instalação de equipamentos próprios para evitar o desperdício.

Outra ferramenta utilizada é o Sistema Integrado de Manutenção (SIM), em parceria com a empresa Vega IT, que permite também a correlação do consumo de água com a ocupação de todos os hotéis, possibilitando a

identificação de oportunidades de intervenção. Para verificar corretamente a eficiência do sistema hidráulico das unidades, todos os anos promovemos auditorias independentes em nossos empreendimentos.

Ao fim de 2023, 100% dos hotéis contavam com um plano completo para a redução do consumo de água. Além disso, a maioria dos empreendimentos começou a implantar as devidas medidas. Com isso, a expectativa é ter os primeiros resultados mensuráveis desses planos até o fim de 2024.

Para engajar nosso time, realizamos um evento focado em redução do consumo de água, com nossos gerentes-gerais e supervisores de manutenção. O alinhamento das lideranças potencializa o foco em entregar a meta assumida dentro do prazo estabelecido, além de ser um caminho de disseminação das informações entre as equipes.





#desplastifique

Eliminar todo e qualquer consumo de itens plásticos de uso único e substituí-los por itens recicláveis e/ou reutilizáveis

Como chegaremos lá

- ▶ **Substituindo *amenities**** em miniatura por *dispensers* em 100% dos hotéis até 2024
- ▶ **Eliminando recipientes plásticos para água em 100%** dos hotéis até 2024

**Amenities são cosméticos disponibilizados para hóspedes durante sua permanência no hotel.*

Nossas metas em 2023

- ▶ **Reduzir 100% do uso de plástico** nos empreendimentos até 2023

Nossos resultados até dezembro de 2023

94%

dos nossos empreendimentos fizeram a troca de *amenities*

57%

dos nossos hotéis realizaram a troca de garrafas de água de plástico por embalagens de alumínio, vidro ou cartonadas

Que o plástico tem uma importante função para a vida moderna, ninguém duvida. Porém, o que se tem questionado na atualidade é a utilização excessiva do plástico de uso único. O plástico, além de ser de origem fóssil, não tem uma taxa favorável de reciclagem tanto no Brasil como no mundo (23,4%² contra 66,9% do papel, por exemplo) e demora a se decompor quando descartado no meio ambiente.

Pensando em como a nossa rede de hotéis pode contribuir para reduzir o consumo de plástico optando por alternativas mais

sustentáveis, lançamos o desafio de eliminar o plástico de uso único em nossas unidades, substituindo-os por alternativas recicláveis ou reutilizáveis.

Uma importante mudança está acontecendo na oferta de copos de água para os nossos hóspedes. Em busca de substituir o plástico de uso único em todas as aplicações possíveis, mantendo a qualidade do serviço e a segurança dos hóspedes, algumas de nossas unidades implantaram, em 2023, a **água em lata de alumínio**. Esse metal é um aliado da sustentabilidade, pois tem uma taxa de reciclagem altíssima no Brasil. Segundo associações³ do setor, em 2022, 100% das latinhas produzidas no País foram recicladas.

Para outras bebidas para as quais não há a opção de uso da lata, haverá a migração para alternativas como embalagem cartonada e/ou itens de vidro ou porcelana.



² Informação do Compromisso Empresarial pela Reciclagem (Cempre). Site: <https://cempre.org.br>. Acesso em 17/01/2024.

³ Dado extraído do site da associação Recicla Latas: <https://reciclalatas.com.br/como-atuamos/#indice>. Acesso em 20/02/2024.



Já os *amenities* oferecidos aos hóspedes foram o principal item modificado para alcançar esse objetivo.

Com isso, além do ganho ambiental, diminuimos o desperdício dos produtos, que eram trocados diariamente a cada limpeza, e **geramos uma economia financeira de até 30% em cada empreendimento** ao considerar a otimização no tempo de arrumação dos apartamentos e a liberação de mais de um terço de área de estoque que era disponibilizado para armazenar esses itens.

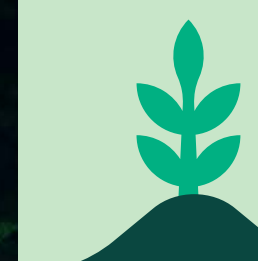
Para o hóspede não há qualquer prejuízo. Itens como shampoo, condicionador e sabonete para as mãos seguem à disposição para uso nos quartos, mas em embalagens fixas, maiores e com válvula *pump*. Já para o meio ambiente, **essa substituição representa mais de dois milhões de frascos a menos por ano**, além da diminuição do desperdício dos produtos.

Com o lema “poupar para preservar”, as novas embalagens foram pensadas para convidar os hóspedes a se engajar nesse movimento de preservação do meio ambiente, pois é assim que funciona o **Aja: causas coletivas que fazem sentido para cada pessoa, individualmente**. As palavras reduzir, repensar e reutilizar indicam o caminho de reflexão para que o nosso movimento ultrapasse os limites físicos dos empreendimentos e se incorpore ao dia a dia de todos.



Sustentabilidade na alimentação

Atuamos também em outras frentes pensando na sustentabilidade. Em alinhamento às tendências globais de práticas que respeitam o bem-estar animal, assumimos o compromisso de utilizar somente ovos de galinhas criadas 100% livres de gaiolas (processados e/ou *in natura*) em todas as nossas operações até 2026.





Lixo Útil

Dar um destino produtivo a todo e qualquer resíduo gerado por nós. Dessa forma, nada vai para aterros sanitários

Como chegaremos lá

- ▶ **Reduzindo o volume de resíduos** gerados nas operações
- ▶ **Reduzindo emissões de resíduos** para aterros sanitários
- ▶ **Reduzindo/rentabilizando valores pagos** pela coleta de resíduos

Nossa meta em 2023

- ▶ Ter o **Plano de Gestão de Resíduos Sólidos (PGRS) em 100% dos hotéis** administrados até o final de 2023

Nosso resultado até dezembro de 2023

32% dos hotéis implantaram o PGRS



Reduzir, reutilizar e reciclar. Os três Rs da sustentabilidade são um importante fundamento para a preservação do meio ambiente e para termos uma atitude mais cidadã, diminuindo o impacto do consumo individual no planeta. A primeira ação é repensar o consumo, optando por produtos de fontes renováveis e/ou aqueles que possam ser reutilizáveis. O passo seguinte é estruturar a forma correta de coletar os resíduos para enviá-los para reciclagem ou para o destino que cause o menor impacto ambiental. Tudo isso para reduzir ao máximo a geração de resíduos e o seu envio para aterros sanitários.

Quando esse compromisso foi definido, tínhamos o seguinte cenário em nossos empreendimentos:

- ▶ **Produção de 8 mil toneladas de resíduo, em média, por unidade, sendo cerca de três quilos de lixo por hóspede, por dia.**

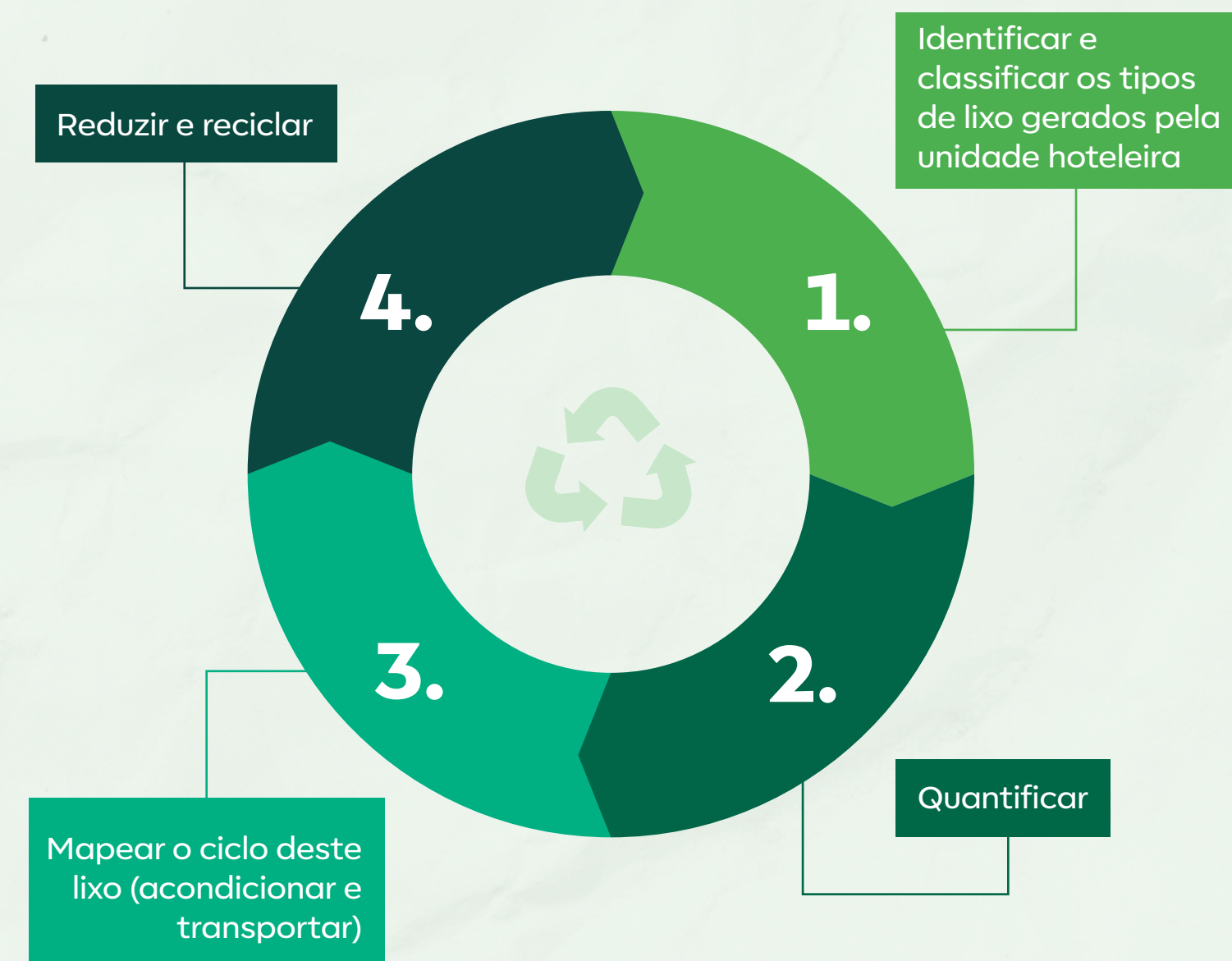
Para traçar um plano com metas de redução era preciso primeiro conhecer e quantificar o resíduo gerado por cada hotel. Assim, com apoio de especialistas no assunto, fizemos um piloto em um dos hotéis da rede que mais gera volume de resíduos. Com esse case de diagnóstico, direcionamos nossas ações de aculturação e treinamento, com *roll out* parcial antes de abrir para todos os hotéis.

Desdobramos o nosso Plano de Gestão de Resíduos Sólidos (PGRS) para cada hotel, dando suporte para que a implementação fosse eficaz, a começar pela governança de acompanhamento dessa mudança.

Cada unidade hoteleira deveria criar um comitê responsável por implantar e monitorar as ações internas do PGRS.

Até o fim de 2023, 72% das unidades haviam implantado o seu comitê, e 32% das participantes implantaram o seu PGRS. Apesar de não atingirmos a meta definida para o ano, renovamos o objetivo de ter, em 2024, 100% das unidades com o PGRS implantado. Os aprendizados foram muitos, o que nos possibilitou ter planos de ação a partir do que vivenciamos. Temos um caminho bem pavimentado para seguir evoluindo.

A implantação do PGRS segue os passos descritos a seguir:



Para garantir a efetividade desse novo processo de tratar os resíduos, elaboramos um treinamento obrigatório para todos os nossos colaboradores que realizam funções primordiais para garantir a coleta adequada de resíduos. Como foco é um dos nossos valores, a maioria dos colaboradores elegíveis ao curso foram treinados em 2023. Isso foi determinante para os resultados positivos apresentados nas demais etapas desse compromisso.

O trabalho de identificação e classificação do lixo gerado é o passo mais estratégico desse plano. É essencial que todos saibam a destinação correta de cada tipo de resíduo. Para que isso aconteça, **usamos o método de gravimetria, que é a segmentação por cada tipo de resíduo que compõe o lixo de um local – pode ser lixo orgânico, papel, plástico, alumínio, vidro, pilhas, baterias e rejeitos.** Essa é a parte mais desafiadora do PGRS, pois exige uma mudança completa na rotina de gestão de resíduo e disciplina para apurar os dados de produção de resíduos diariamente. Só conhecendo bem o nosso ponto de partida é que conseguiremos medir os nossos avanços e traçar as ações necessárias que nos levem até a nossa ambição.

Nesse sentido, os 32% dos hotéis que implantaram o PGRS realizaram todo o processo de pesagem do lixo, conforme a classificação. Essa mensuração deve acontecer em todas as unidades mês a mês. Como 2023 foi o primeiro ano de implantação dessa medida, os dados

coletados nos ajudaram a entender o perfil de geração de resíduos de cada unidade e a definir um *baseline* para estabelecermos metas anuais em direção ao nosso compromisso de, futuramente, não enviar resíduos para aterros. Por isso, o desafio permanece em 2024.

Mas não contamos apenas com nossos colaboradores para que essa iniciativa seja bem-sucedida. Convidamos nossos hóspedes para trilhar conosco esse caminho. Recomendamos que cada hotel ofereça aos clientes lixeiras com indicações segmentadas para descarte de cada tipo de resíduo.

Uma das alternativas para dar um destino adequado ao lixo gerado nas nossas unidades é o encaminhamento dos resíduos para reciclagem e/ou coprocessamento. Esse processo, além de contribuir com o meio ambiente, pode gerar retorno financeiro para o negócio. Nossa intenção é, com base nos resíduos que mapeamos em 2023, estruturar esse caminho para que isso se concretize nos próximos anos.





Aja pelas Pessoas

Cuidar de cada um que confia na gente é o nosso propósito. Atualmente, somos mais de 6 mil colaboradores – um time engajado por natureza. Zelamos pelo meio ambiente e procuramos fazer o melhor pelas pessoas.

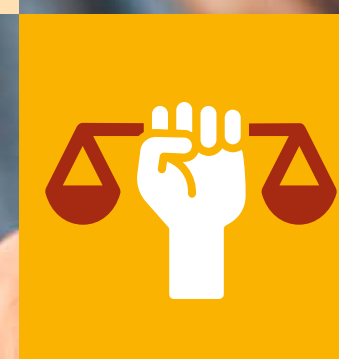
Além da estrutura física dos nossos empreendimentos, o que determina o sucesso e uma experiência marcante para os hóspedes é o tratamento que eles recebem desde o primeiro contato com a nossa equipe. A lógica aqui é simples: cuidamos bem dos nossos colaboradores e eles cuidam bem dos nossos clientes.

Isso vale para as comunidades em que atuamos, uma vez que o objetivo é gerar valor compartilhado nos locais onde estão os nossos hotéis e residenciais. Afinal, a prosperidade do turismo só é longa se ela ocorre de forma sistêmica, movimentando toda uma comunidade, cidade ou região.

Dentro do programa Aja, trabalhamos em três vertentes de atuação focadas em pessoas. Conheça as ambições de longo prazo de cada uma delas, seus objetivos, metas e resultados conquistados.



ODS da ONU impactados pela contribuição do Aja pelas Pessoas





Vamos Tod@s

Ter uma demografia interna mais diversa e inclusiva que a sociedade onde estamos inseridos

Como chegaremos lá

- ▶ Criando um **manifesto sobre o tema**, que traduz o que buscamos e desejamos (assista aqui)
- ▶ Criando o **Comitê de Diversidade e Inclusão** para apontar ações prioritárias nos empreendimentos
- ▶ Garantindo **diversidade nos processos seletivos** em todos os empreendimentos
- ▶ Conduzindo iniciativas de **conscientização do papel de cada um** na busca da equidade e da inclusão
- ▶ Investindo em **letramento e em ações de engajamento e sensibilização** para, assim, garantir a inclusão de colaboradores e hóspedes

Nossa meta em 2023

- ▶ Acolher a diversidade e **abraçar o jeito de ser único** de cada um dos nossos colaboradores



Nosso resultado até dezembro de 2023

Orientação sexual:

somos **4 pontos** percentuais mais diversos do que censo nacional

Raça e etnia:

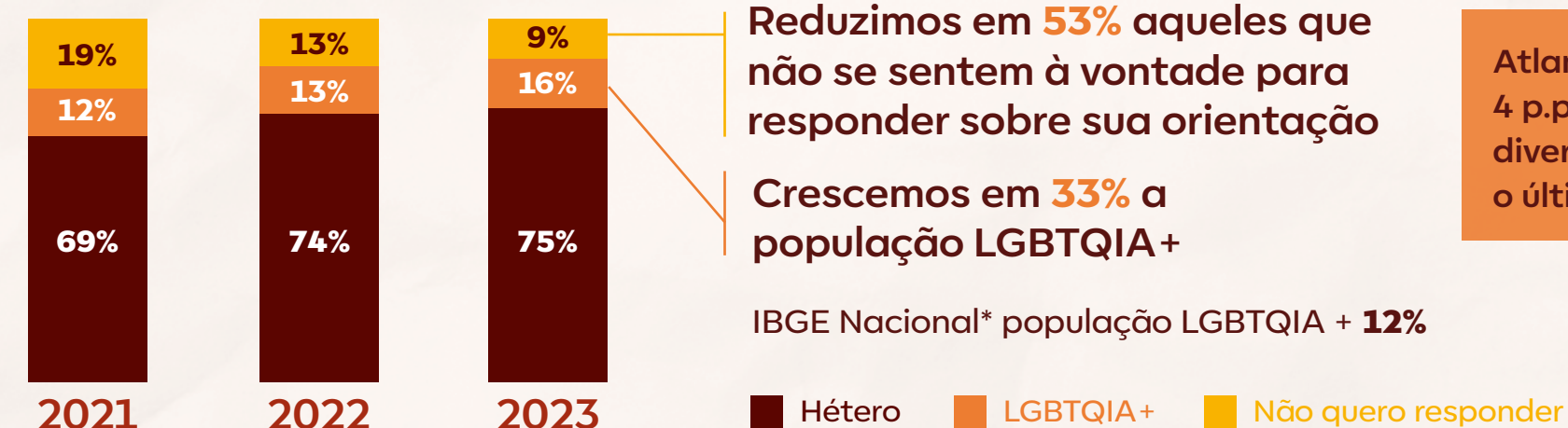
- ▶ **Geral: 56%** dos nossos talentos se autodeclararam pretos e pardos, refletindo exatamente a diversidade da população brasileira
- ▶ **Liderança: 33%** dos nossos líderes são pessoas negras. O percentual dobrou de 2022 x 2023, mas ainda é um desafio

Gênero:

- ▶ **Geral:** temos **10 pontos** percentuais mais mulheres do que a demografia nacional
- ▶ **Liderança: 61%** da nossa liderança é feminina



Estamos + diversos (Orientação Sexual)



Reduzimos em **53%** aqueles que não se sentem à vontade para responder sobre sua orientação

Crescemos em **33%** a população LGBTQIA+

Atlantica é 4 p.p. mais diversa do que o último censo*

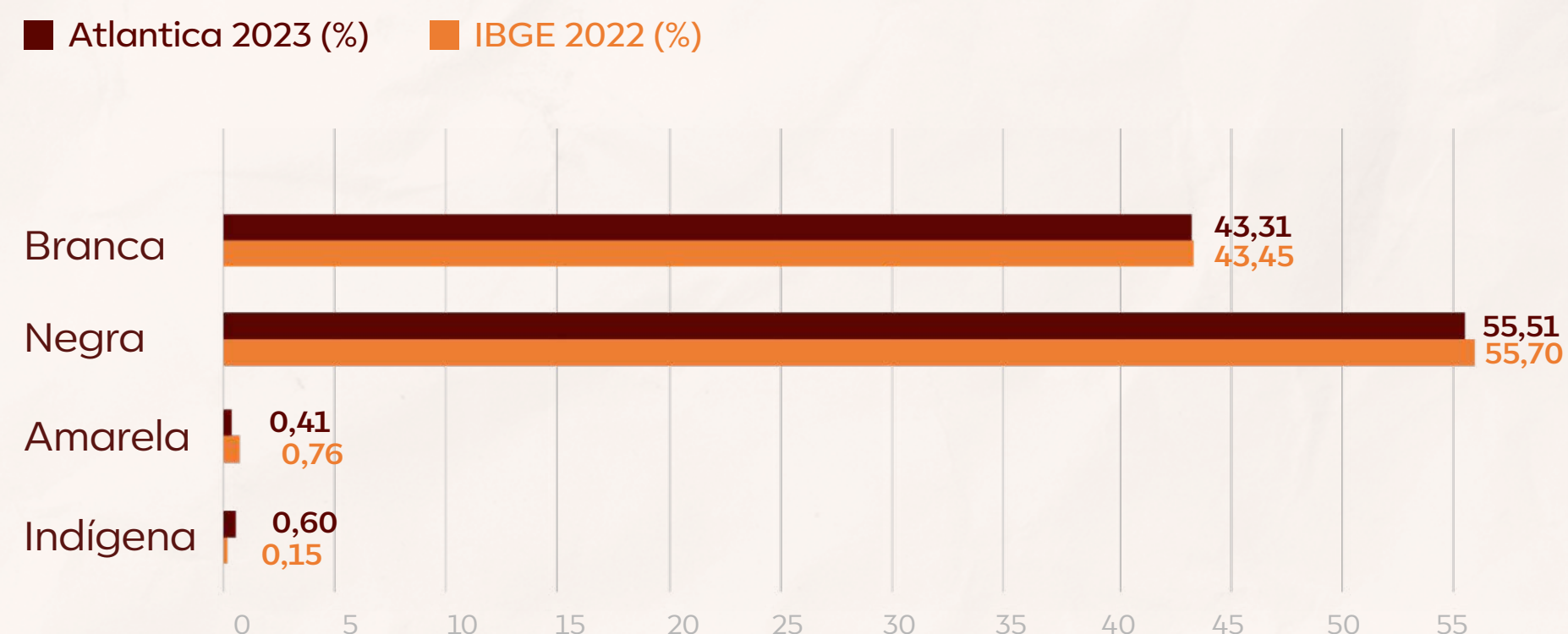
Nosso momento de transformação organizacional que, juntamente com nosso propósito de “cuidar de ‘cada um’ que confia na gente”, propõe a equidade e adição de valor nas relações com todos os nossos *stakeholders*. Acreditamos que promovendo o respeito ao próximo e às suas diferenças seremos capazes de construir um time cada vez mais inclusivo e plural, enriquecendo a nossa cultura em um ambiente justo, seguro e saudável onde todos se sintam à vontade em ser quem realmente são.

Temos orgulho de todas as pessoas que trabalham em nossas unidades. A diversidade que existe entre a população é celebrada também dentro da empresa, pois acreditamos no poder da inovação e da criatividade que um grupo diverso pode oferecer aos negócios e à vida de cada um. Quanto mais inclusão, mais igualdade e respeito.

Nossa jornada em diversidade, equidade e inclusão teve início de forma natural para o negócio. Afinal, o setor de hospitalidade tem um histórico de ser diverso em sua demografia. Na Atlantica isso fica ainda mais forte quando os números refletem que **somos até mais diversos que o extrato da população brasileira no recorte orientação sexual (4 p.p.)**, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Usar esses dados como referência é o primeiro passo para entendermos se conseguimos, dentro de casa, refletir a realidade plural do nosso Brasil.

* Fonte: Censo Demográfico 2019

População, segundo raça⁴



Nota 1: comparativo IBGE x Atlantica.

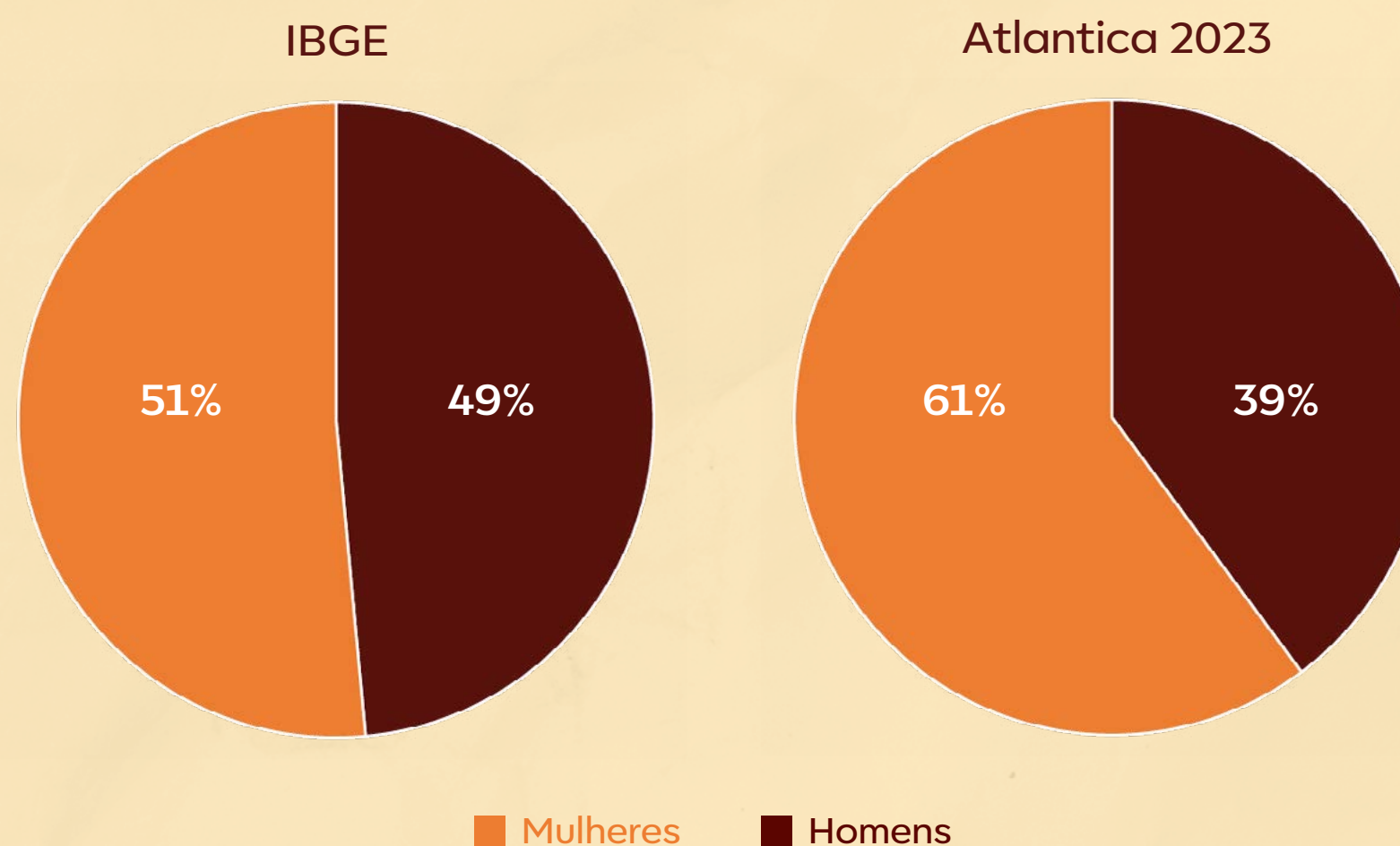
Nota 2: na Atlantica, 0,03% da população autodeclarou-se albina.

A respeito da representatividade de pessoas negras na companhia, houve um crescimento de 11% nos últimos três anos, totalizando **56% dos nossos talentos que se autodeclaram pretos e pardos**. O percentual de pessoas negras na liderança dobrou no mesmo período, mas entendemos que temos oportunidade de melhoria em relação a esses cargos.

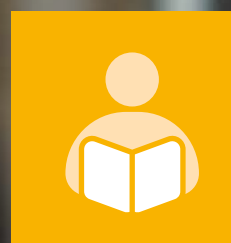
⁴Fonte: Censo Demográfico 2022: Identificação étnico-racial da população, por sexo e idade: Resultados do universo.

⁵Fonte: Censo Demográfico 2022: Identificação étnico-racial da população, por sexo e idade: Resultados do universo.

População, segundo sexo⁵



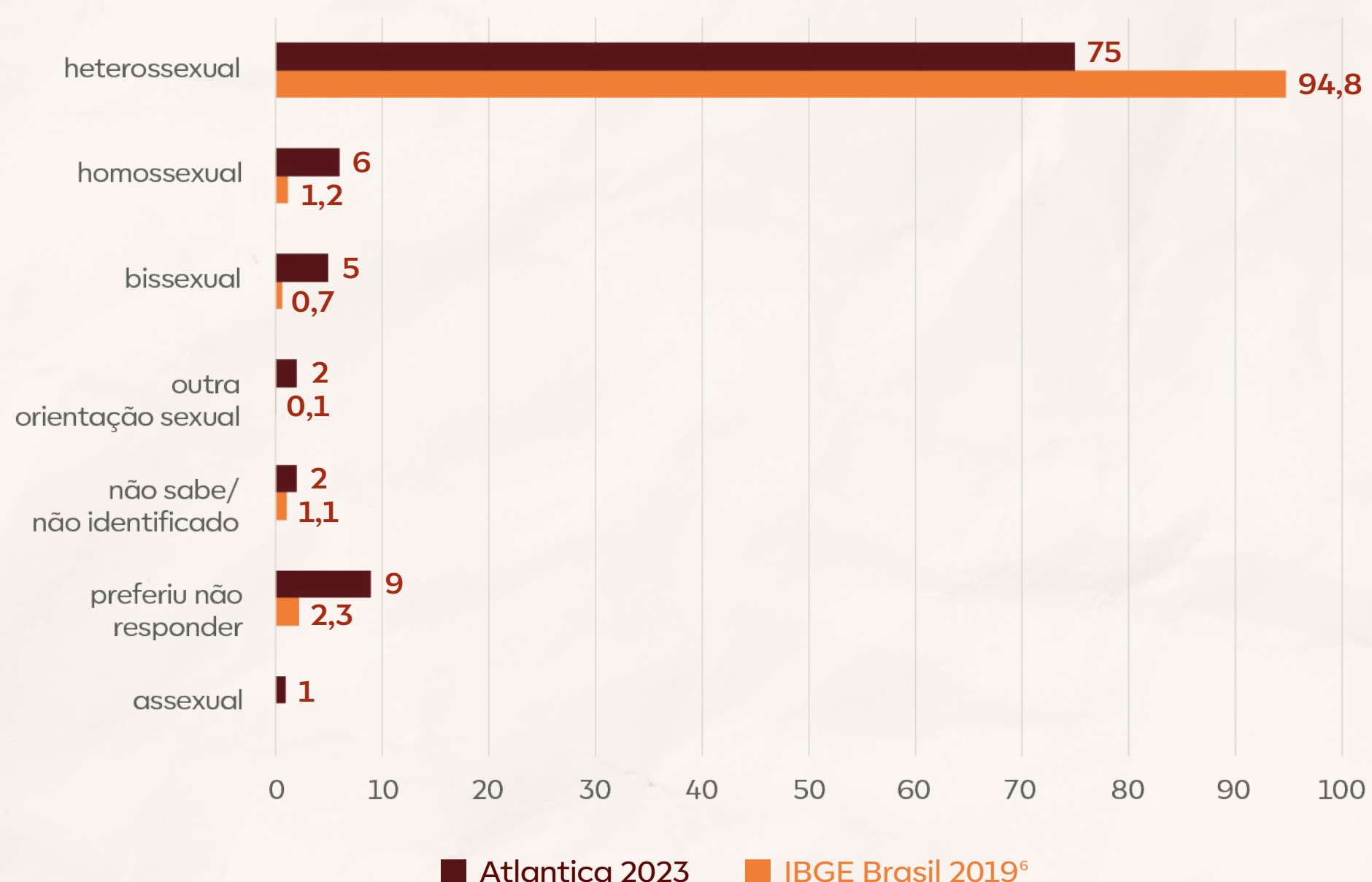
Nos últimos três anos, crescemos em 3% no número de mulheres na nossa rede, de 58% em 2020 para 61% em 2023. Temos **10 pontos percentuais mais mulheres que a demografia nacional**. Esse número positivo é observado no percentual de liderança feminina que, no mesmo período, cresceu cinco pontos, saindo de 56% em 2020 para 61% em 2023.



População, segundo orientação sexual

Orientação sexual das pessoas de 18 anos ou mais (%)

Por autodeclaração - IBGE 2019



Em relação à orientação sexual, nos últimos dois anos houve uma redução de 53% entre as pessoas que não se sentem à vontade para responder sobre sua orientação. Como consequência, houve um aumento de 33% entre os colaboradores que se autodeclaram pessoas LGBTQIAPN+, o que representa 19% do nosso público interno.

Se fizermos uma correlação com os dados do IBGE para a população brasileira, o time da Atlantica é 4% mais diverso.

⁶ Fonte: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/33785-em-pesquisa-inedita-do-ibge-2-9-milhoes-de-adultos-se-declararam-homossexuais-ou-bissexuais-em-2019>. Acesso em 17/01/24.

Na Atlantica:

61%

do quadro de colaboradores é composto por pessoas do gênero feminino

61%

dos cargos de liderança são ocupados por mulheres

Equal Pay

Não há diferença entre o salário de homens e mulheres que ocupam o mesmo cargo

Já evoluímos muito nesses aspectos e acreditamos que ainda há o que melhorar. Por isso, continuamos vigilantes, firmes e engajados para tornar a nossa rede um lugar cada vez mais acolhedor para todas as pessoas, da forma como elas são.

No que diz respeito às pessoas negras, por exemplo, que é soma de pretos e pardos seguindo a classificação do IBGE, precisamos avançar. Ainda que 57% dos nossos colaboradores se autodeclarem pretos e pardos, na liderança eles são 33%. Já em relação às pessoas com deficiência, 6% dos colaboradores que participaram da nossa pesquisa do GPTW, em 2023, se autodeclaram com algum tipo de deficiência. Atuamos também fortemente na conscientização de nosso público interno. Cartilhas que abordam as temáticas de

diversidade estão sendo aprimoradas, pensando tanto na relação entre os colaboradores, parceiros e investidores como no atendimento direto ao cliente. Tivemos iniciativas direcionadas para o letramento das lideranças por entendermos que esse grupo possui papel primordial na promoção da conscientização coletiva da diversidade e da inclusão e no engajamento dos colaboradores.

Além disso, para 2024 há o plano de incluir na Uni.Atlantica, nossa universidade corporativa, uma trilha de conhecimento específica sobre diversidade. Afinal, nossos empreendimentos estão de portas abertas para acolher qualquer pessoa. Educar e capacitar é um compromisso da Atlantica. E ser uma empresa diversa e inclusiva é algo de que nos orgulhamos muito.



Em 2023, realizamos dois *workshops* com foco no letramento e na sensibilização da liderança, com participação total de 244 colaboradores.

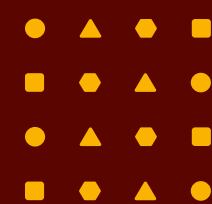


Comitê de Diversidade & Inclusão

Nosso Comitê de Diversidade & Inclusão é um espaço para a discussão de ações que garantam que em nossos empreendimentos todas as pessoas se sintam à vontade para serem quem realmente são e haja igualdade de oportunidades no ambiente de trabalho.

Desde a sua criação, em 2021, o comitê vem evoluindo constantemente. Começou como um grupo de entendimento, informação, diagnóstico e mapeamento de oportunidades e de dores. Trouxemos uma consultoria para nos apoiar nessa primeira fase, pois queríamos entender a realidade da Atlantica naquele momento.

Hoje, o Comitê se tornou um importante grupo de trabalho, que atua para garantir que as necessidades de cada grupo sejam avaliadas e, dentro do possível, atendidas. Mapeamos as oportunidades, buscamos a solução para as dores e traçamos um mapa anual de projetos e prioridades a serem realizados a partir de um orçamento dedicado.



Comitê de Diversidade

- ▶ É composto por colaboradores que possuem afinidade com o tema, que representem as frentes de atuação em diversidade e que atuam em diversos departamentos e cargos
- ▶ São realizados encontros mensais
- ▶ Todas as ações do comitê compreendem a Atlantica e suas unidades de negócio
- ▶ Reporta-se à VP de Finanças e Jurídico, que é *sponsor* do comitê e embaixadora do Aja





A(s)cenda

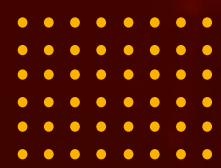
Ser um agente de mobilidade social e profissional, por meio do qual todos se desenvolvem e prosperam

Como chegaremos lá

► Garantindo que **85% dos nossos colaboradores** tenham completado toda a trilha de formação obrigatória de sua função e **possuam acesso ao programa de desenvolvimento** que os permitam crescer na carreira

Nossa meta em 2023

► **Melhorar a vida das pessoas que trabalham na Atlantica** e em seus empreendimentos por meio do desenvolvimento profissional e da mobilidade social



Nosso resultado até dezembro de 2023



Durante o ano, disponibilizamos mais de **157 novos cursos** em nossa plataforma

72% dos nossos colaboradores concluíram as trilhas de treinamento obrigatórias

Em média, cada colaborador fez mais de **18 horas de treinamento** durante o ano. Estamos um ponto percentual acima da média nacional, conforme a Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD)

São as pessoas que movem o setor de hospitalidade, portanto, fazem nosso negócio acontecer e prosperar. Por isso, investimos fortemente em nossos colaboradores desde o início da sua jornada profissional e em nossos hotéis e residenciais há muitas funções que são porta de entrada para quem deseja ter a primeira oportunidade no mercado de trabalho. É assim que começamos a compartilhar a prosperidade que buscamos para o negócio e para nossos *stakeholders*. E não são poucos os casos em que uma pessoa começa em um cargo inicial, como mensageiro ou recepcionista, e chega a cargos de gestão e supervisão. Mobilidade social é algo real na Atlantica e se dá por meio de formação profissional.

Essa mobilidade não é percebida só no âmbito individual, quando acompanhamos o desenvolvimento profissional de um colaborador. A oportunidade do emprego formal faz a roda do **desenvolvimento social**

girar, melhorando a renda e a qualidade de vida de famílias inteiras. O turismo atua como um vetor de transformação socioeconômica e ser parte dessa transformação é motivo de muito orgulho para a Atlantica.

Quanto às oportunidades de desenvolvimento, contamos com uma série de iniciativas em nossa Plataforma de Desenvolvimento, que funciona como um verdadeiro *hub* educacional disponível para todo o nosso time. O conhecimento está ao alcance das mãos de toda a nossa equipe. Queremos ser a melhor administradora de hospitalidade do Brasil, com quem hóspedes, investidores, parceiros e talentos querem estar. Isso depende da criação de um ambiente com igualdade de oportunidades. Acreditamos no autodesenvolvimento de cada colaborador e oferecemos meios para aprimoramento de suas habilidades.

Em 2023, tivemos 1.015 promoções.



Plataforma de Desenvolvimento

Todo o conhecimento acumulado durante mais de 25 anos de atuação no setor de hospitalidade está estruturado e disponibilizado na Uni.Atlantica, nossa universidade corporativa, que pode ser acessada por qualquer colaborador do seu próprio *smartphone*. Queremos que a prosperidade seja parte da vida das pessoas e acreditamos que um meio eficaz de proporcionar isso, além de oferecer remuneração e condições de trabalho justas, é compartilhando e disponibilizando conhecimento.

Assim, o processo de capacitação acontece de duas formas:

- 1 Cursos de acordo com o departamento em que o colaborador vai trabalhar e com a sua função. Esses cursos se dividem em **Negócios, Operações, Cultura, Especialização de Bandeira, Gestão e Hospitalidade**, com trilhas obrigatórias de conhecimentos técnico, comportamental ou cultural e com trilhas recomendadas de aprimoramento do conteúdo e melhor desenvolvimento.
- 2 Cursos de acordo com o grau de complexidade da posição, seja colaborador da operação hoteleira ou da área administrativa, liderança operacional ou gerência geral.



Desde a implantação, **584** conteúdos estão disponíveis na plataforma Uni.Atlantica e são atualizados constantemente

Boas-vindas aos novos profissionais

Todo colaborador que chega à Atlantica, independentemente da posição que irá ocupar, deve passar por uma trilha de aprendizagem que apresenta o propósito, a aspiração e os valores da empresa, além do Código de Conduta e Ética.

Outro conhecimento fundamental é entender o que é ser um hoteleiro. Não se trata apenas do time que recebe o hóspede e arruma a acomodação. Todas as equipes do negócio, seja dentro dos hotéis e residenciais ou nas áreas corporativas, devem entender a arte de receber bem e proporcionar uma boa experiência aos clientes. Todos são, acima de tudo, cuidadores.



Programa de Formação de Business Partner (BP)



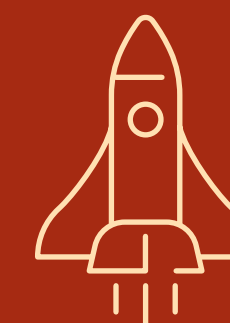
14 *workshops*

foram realizados, com resultado de 96% de favorabilidade entre os participantes.



58 colaboradores

participaram da primeira turma



Em 2023, lançamos o **Programa de Suporte ao Desenvolvimento de Business Partner**, que teve como foco, em seu primeiro ano, o desenvolvimento de competências relacionadas à área de Desenvolvimento Humano e Organizacional (DHO), tais como gestão de desempenho, gestão de clima e sucessão



Desenvolvimento de Gerentes-Gerais

Para gerentes-gerais e líderes corporativos, oferecemos o **Certificate de Excelência em Gestão**, facilitado pela Business Shcool São Paulo (BSP), elaborado especialmente para esses grupos. O curso proporciona o desenvolvimento de competências voltadas às melhores práticas de gestão do setor, tais como Análise e Resolução de Problemas; Gestão Estratégica de Revenue Management; Estrutura e Gestão de Força de Vendas; e outros conteúdos importantes para líderes do segmento de hotelaria e turismo.

Em dois anos, cerca de **80 pessoas** foram formadas. A terceira turma está em curso, com participantes cada vez mais diversos em termos da posição que ocupam: são 25 gerentes-gerais, 11 líderes do corporativo e 5 *trainees* de gerentes-gerais.

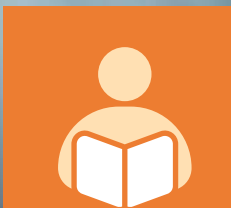
O **Programa Trainee para Gerente-Geral** é uma oportunidade para líderes operacionais, de qualquer função, que querem capacitar-se para se tornarem gerentes-gerais de uma unidade hoteleira. É um programa democrático do qual nos orgulhamos muito. Até o fim de 2023, **64% dos participantes do segundo ciclo do programa foram efetivados**. Em relação ao ciclo atual, **24% dos participantes já assumiram posições como gerentes-gerais** nos nossos empreendimentos.

Além de oferecer essas oportunidades de desenvolvimento, nos preocupamos com a efetividade do programa para o colaborador – se o aprendizado recebido faz a diferença para o seu dia a dia no negócio.

Plano de Desenvolvimento de Liderança

Para apoiar nossos profissionais em sua evolução e orientá-los com relação aos próximos passos de sua carreira, há quatro anos realizamos o Plano de Desenvolvimento de Liderança (PDL) pautado na percepção do colaborador e na estratégia do negócio. Esse plano é desenvolvido em nível corporativo, desdobrado para todas as unidades de negócio e tem como insumos a estratégia organizacional, o programa de gestão de desempenho e o resultado da Pesquisa de Clima, que é aplicada anualmente.

Como evoluir de forma constante é algo que nos move, em 2023, pela primeira vez estendemos a realização do PDL, chegando até a gerência operacional. Encerramos o terceiro ciclo do PDL com 85% de participação e 94% de favorabilidade na avaliação de reação dos participantes.





Infância Livre

Enfrentar a violência e a exploração sexual de crianças e adolescentes nos nossos hotéis, conscientizando e mobilizando as pessoas e propagando a causa por meio de nossos canais

Como chegaremos lá

- ▶ Incentivando a arrecadação financeira em **doações para a causa de proteção de crianças e adolescentes** na luta contra o abuso e a exploração sexual
- ▶ Conscientizando hóspedes por meio de **iniciativas e realização de treinamentos** com nossos colaboradores

Nossas metas em 2023

- ▶ Atuar de forma efetiva na proteção de crianças e adolescentes, **enfrentando a exploração sexual**
- ▶ Arrecadar **R\$ 500 mil em doações que serão destinados à Childhood Brasil** em 2023

CHILDHOOD
PELA PROTEÇÃO DA INFÂNCIA



Nosso resultado até dezembro de 2023

Nossa arrecadação para doação à Childhood Brasil em 2023 foi de **R\$ 298 mil**

Realizamos **campanha de enfrentamento** com diferentes iniciativas ao longo do ano

Infelizmente, estabelecimentos de hospedagem são locais onde, muitas vezes, ocorrem casos de abuso sexual de crianças e adolescentes. Nós não aceitamos que esse tipo de violência aconteça em nossos empreendimentos e tomamos ações efetivas para evitar que ocorra nas comunidades onde estamos inseridos.

Reconhecendo o nosso papel fundamental no enfrentamento desse problema, desde 2005 atuamos em parceria com a Childhood Brasil pela proteção da infância e da adolescência na luta contra o abuso e a exploração sexual em três frentes apresentadas a seguir.

1. Enfrentar ativamente o problema por meio de protocolos de identificação, prevenção e denúncia em todos os empreendimentos

- ▶ Todos os nossos colaboradores são treinados para identificar situações suspeitas e atuar para evitar que uma violência aconteça. Todos têm que agir e falar por quem não pode falar e não consegue se defender.
- ▶ O mais importante, no entanto, é que cada colaborador compreenda o valor e a seriedade do trabalho de enfrentamento

e se responsabilize por colocar em prática os treinamentos aprendidos, seguindo, dessa forma, o que diz o Código de Ética e Conduta da Atlantica. Segundo o código, todos os colaboradores se prontificam a proteger crianças e adolescentes contra a exploração sexual.



Atuar a favor da integridade de crianças e adolescentes é uma causa que foi amplamente difundida internamente para os nossos colaboradores. Na última edição da Pesquisa do **Great Place to Work® (saiba mais aqui)**, que avalia a satisfação dos nossos profissionais com relação à companhia, **90% dos respondentes afirmaram conhecer a causa social da Atlantica.**



2. Educar e engajar, por meio da divulgação para colaboradores, hóspedes e parceiros

► Uma série de campanhas de comunicação são conduzidas para levar informação e promover a conscientização de colaboradores e hóspedes sobre a importância de combater a exploração sexual de crianças e adolescentes.

► A campanha “**É legal se hospedar, é legal proteger**” é voltada para os colaboradores e acontece de forma recorrente em todos os empreendimentos administrados pela Atlantica.

► As ações de esclarecimento e engajamento com os públicos de relacionamento são intensificadas em duas datas anuais: 18 de maio, que é o Dia Nacional de Combate ao Abuso e Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes, e 12 de outubro, o Dia das Crianças.

► Desde que a parceria entre a Atlantica e a Childhood Brasil foi firmada, há 18 anos, mais de **35 milhões** de hóspedes já foram impactados.

3. Promover a captação de recursos voluntários de forma a serem destinados à Childhood Brasil

► As doações podem acontecer por depósito via QRCode disponibilizado nas comunicações nos hotéis, pelo site da Atlantica e em cofres (doação em espécie) posicionados nas recepções dos empreendimentos.

► Outra iniciativa é o “**Arredonda**”, em que o hóspede tem a opção de arredondar o valor da conta no momento do *checkout*. Assim, a diferença do valor é destinada para doação.

► Há também a iniciativa “**R\$ 1 por checkout**”, que acontece de forma contínua. Essa doação pode ser realizada por meio do lançamento de R\$ 1 na conta do hóspede, sempre com o seu consentimento e aprovação, ou do depósito do valor no cofre no balcão da recepção.

► Até 2023, mais de R\$ 5,3 milhões foram arrecadados.

► Para 2023 estabelecemos mais uma ação com a **Childhood Brasil**: a cada lote de R\$ 50 mil arrecadados pela rede Atlantica, o empreendimento que mais contribuisse poderia indicar uma instituição de acolhimento de crianças e adolescentes vítimas de violência sexual para receber a doação.

Somos incansáveis em nossa posição e nossas ações já foram reconhecidas pelo The Code, em 2008, e pelo Prêmio Neide Castanha, em 2012, e apresentadas para a Organização das Nações Unidas (ONU), em 2016, o que é motivo de muito orgulho para todos nós. Esses reconhecimentos valorizam a nossa trajetória até aqui e nos motivam a continuar trilhando o caminho certo para tornar nossos hotéis e residenciais locais sempre seguros para todas as pessoas.





Aja pelos Nossos Valores

A ética e a transparência são inegociáveis para nós, assim como estabelecer um vínculo de confiança com todos aqueles com quem nos relacionamos, provendo informações de forma acessível e seguindo as melhores práticas de governança corporativa. Leia, a seguir, nossas ambições e iniciativas na temática governança.



ODS da ONU impactado pela contribuição do Aja pelos Nossos Valores



Gestão Transparente

Ser transparente no relacionamento com acionistas, investidores, colaboradores, hóspedes e parceiros, garantindo *compliance* ao adotar boas práticas em gestão.

O nosso compromisso com a governança se traduz nas ações do dia a dia, que colocam em prática as premissas e os valores estabelecidos para o nosso negócio. Aqui, não se trata de projetos com início, meio e fim definidos, mas do jeito de ser e de fazer que a empresa já possui e que segue sendo aprimorado, evoluindo continuamente.

Governança Corporativa

Nosso modelo de governança corporativa reflete o crescimento do nosso negócio e é determinante para alcançarmos a nossa aspiração de ser a melhor administradora de hospitalidade do Brasil, com quem hóspedes, investidores, parceiros e talentos querem estar. A transparência, portanto, é o tema central. Por isso, estabelecemos instâncias de governança nas quais apresentamos o andamento do negócio para as lideranças da empresa e para os nossos investidores. Nesses fóruns atestamos como fazemos a gestão responsável dos ativos de alto valor que estão sob nossa administração. **Acreditamos que fazer o certo é sempre o único caminho possível e estamos comprometidos com a excelência em nossa governança corporativa.**

Nossas instâncias de governança são as seguintes:

Fórum	Público	Objetivo e periodicidade
Boarding Meeting	Acionista	Atualização mensal dos negócios envolvendo o CEO e a CFO
Divulgação de Resultados	Investidores	Encontro mensal com investidores com a participação dos Núcleos de Apoio Regional (NAR), gerentes-gerais e <i>controllers</i>
Business Review	Liderança Atlantica	Encontro trimestral da alta liderança (Comex) com os demais líderes corporativos da Atlantica para divulgação dos resultados trimestrais e <i>forecast</i>
Painel Atlantica	Todos os colaboradores	CEO e alta liderança (Comex) compartilham com todos os colaboradores os resultados financeiros do último período, os principais acontecimentos da Atlantica e os desafios que estão por vir em evento trimestral
Fórum Gerentes-Gerais (GGs)	Liderança Atlantica	São convidados a participar da semana corporativa dez gerentes-gerais por mês, com rodízio de NARs ao longo do ano. Há um café da manhã com o CEO e com os vice-presidentes
Convenção Atlantica	Liderança Atlantica	Encontro anual entre líderes dos hotéis, liderança corporativa e Comex, com a presença de palestrantes internos e externos, para debater tendências do negócio e falar do planejamento anual
Encontro de Liderança	Liderança Atlantica	Evento anual da alta liderança (Comex) com os demais líderes corporativos da Atlantica para fechamento anual e alinhamento das diretrizes no próximo ano
Encontro dos Núcleos de Apoio Regional (NARs)	Liderança Atlantica	Encontro anual que acontece em cada uma das quatro regionais da Atlantica com o objetivo de apresentar projetos e seus resultados, discutir processos e diretrizes, iniciando o ciclo orçamentário anual seguinte
Atlantica On	Todos os colaboradores	Rede social corporativa em que o colaborador pode, além de divulgar conteúdo próprio, encontrar notícias, eventos, documentos internos (como políticas e procedimentos padrões) e institucionais (como manuais de marca), assim como ter acesso direto ao Canal de Ética, podendo se manifestar de forma anônima.

Conformidade e Compliance

O elemento central para que uma empresa atue de forma ética, em conformidade com as legislações anticorrupção e com os regimentos de seu setor de atuação é ter um time que seja responsável e capaz de transformar a transparência e a integridade em atitudes com todos os públicos com os quais se relaciona. Por isso, contamos com procedimentos, políticas e controles que nos permitem estabelecer relacionamentos saudáveis com parceiros de negócios e outros *stakeholders*.

Ao adotar essa robusta estrutura de conformidade e *compliance* buscamos minimizar possíveis riscos, passivos fiscais e legais, e evitamos a exposição negativa de nossos empreendimentos. Conferimos, assim, mais segurança administrativa para o nosso negócio, em acordo com **normas e padrões nacionais e internacionais, uma vez que representamos bandeiras globais.**

Em 2023 iniciamos a modernização de nossas políticas envolvendo 100% das áreas da empresa, considerando, portanto, os departamentos operacionais e corporativos. Na primeira fase houve a verificação, a atualização e a publicação de boa parte das documentações, que seguem vigentes desde então. O desafio para 2024 será continuar com a evolução do conteúdo, e desenvolver um documento único, que codifique todas as normas, manuais e políticas que a Atlantica possui. Inclusive, essa será uma das metas do Aja em 2024.

Ética e Conduta

Todas as pessoas que atuam na Atlantica têm suas atividades regidas pelo nosso **Código de Conduta e Ética**, disponível na rede interna Atlantica On. Os colaboradores recém-chegados passam por um treinamento obrigatório sobre o código em seu processo de boas-vindas. Para o restante da equipe é feito um treinamento obrigatório anual de atualização para rever as premissas estabelecidas no documento. A última revisão do código foi realizada em agosto de 2023.

Contamos também com um Canal de Denúncias que existe para atender aos princípios de ética e transparência da empresa, dando voz a todos que fazem parte do ecossistema dos nossos empreendimentos para que relatem, em um espaço seguro e isento, possíveis comportamentos em desacordo com o Código de Conduta e Ética da Atlantica.

As denúncias podem ser feitas de forma anônima e confidencial. A apuração e a análise são realizadas por uma pessoa terceira, em cumprimento ao Comitê de Compliance.

O Canal de Denúncias está disponível pela rede social corporativa Atlantica On (aba Ouvidoria) ou pelo e-mail: canaldeetica@ahi.com.br.

Em 2023 recebemos somente 22 denúncias pelo Canal da ética. Todos os casos foram investigados e resolvidos.

É importante pontuar que, para cada investidor que assina um termo de adesão ou contrato de gestão de seu ativo com a Atlantica, são estabelecidas obrigações descritas em documentos. Essas obrigações validam seu papel e sua responsabilidade na relação comercial e têm força de um código de conduta.



Excelência Financeira

Gerar prestação de contas precisa, tempestiva e acessível aos nossos investidores para proporcionar a melhor tomada de decisão

A gestão financeira é um dos pontos fortes da Atlantica em função da sua robusta e sólida experiência de mais de 25 anos no mercado brasileiro de hospitalidade. Esse é um diferencial do serviço de administração prestado ao investidor que confia à empresa a gestão de um valioso ativo, que é o seu imóvel.

Conheça, a seguir, os pilares da excelência financeira da Atlantica, bem como nossa evolução ao longo de 2023 nesse tema.

Estrutura de especialistas

Temos muito orgulho do nosso time, que faz com que a Atlantica seja referência em hospitalidade no Brasil. Por sermos uma empresa com mais de duas décadas de atuação no mercado, construímos um *know-how* amplo e específico sobre gestão hoteleira, característica que é um diferencial de negócio.

Os profissionais que assumem a posição de gerente-geral de um empreendimento da Atlantica possuem experiência de mercado, com carreira sólida na área de hotelaria. Além disso, contam com capacitação contínua por meio dos nossos programas de desenvolvimento para se manterem atualizados e preparados para entregar os resultados prometidos e anteder às mais diversas demandas do negócio, sejam elas estratégicas ou táticas/operacionais.

Cada gestor de nossas unidades conta ainda com o Núcleo de Apoio Regional (NAR), uma estrutura corporativa composta por profissionais das áreas Financeira, Vendas, Marketing e Operações. Esse núcleo, organizado por regiões brasileiras, conhece e entende a complexidade do nosso negócio e presta todo o suporte para que os gerentes-gerais trabalhem com acesso ao que há de mais moderno em gestão e soluções de hospitalidade.

A estrutura de especialistas que criamos nos posiciona na vanguarda do segmento de hospitalidade, representando a **maior força comercial da América Latina**, uma vez que contamos com times comerciais em cada hotel, além de todos os recursos corporativos dos NARs. Atuamos no presente, sempre de olho nas tendências e nas melhores práticas do segmento e somos reconhecidos por isso no mercado, que nos busca com frequência para troca de experiências e *benchmarking*.

Contar com uma equipe altamente capacitada e com experiência no ramo é fundamental para o sucesso das operações e a formação de uma relação de confiança com nossos investidores, que, na maioria das vezes, não são do segmento de hospitalidade e dependem do nosso apoio e conhecimento para ter nas mãos os elementos para acompanhar a evolução de seu negócio e tomar suas decisões.

A estrutura de gestão que ofereceremos aos nossos investidores permite a otimização de custos e receita de cada unidade. Como exemplos, há o *marketplace* Provera e o Centro de Serviços Compartilhados (CSC), que, por oferecerem **ganhos de escala**, favorecem os resultados positivos para nossas operações e para os investidores.

► **Provera:** como apresentado na [página 8](#) deste relatório, o *marketplace* é uma solução exclusiva para os mais de 180 empreendimentos que administramos. Lançado em 2023, o Provera oferece negociações competitivas com descontos agressivos nos produtos que são essenciais ao dia a dia dos empreendimentos, sejam eles itens de Capex ou Opex. Como resultado, até o fim de 2023, **100% dos hotéis e residenciais já haviam aderido à plataforma**, ou seja, estavam realizando compras pelo Provera.

Transações do Provera em 2023

Pedidos	5.201
Itens disponíveis	15.000
Itens vendidos	14.800
Fornecedores cadastrados	183

► **Centro de Serviços Compartilhados (CSC):** é um serviço da Atlantica pelo qual os hotéis aderem para obter ganhos de escala ao centralizar processos de algumas áreas da empresa e, assim, otimizar processos e melhorar resultados. O CSC foi implantado pela Atlantica em 2020 e dispõe das seguintes disciplinas: Finanças e RH, Revenue Management (RM)⁷ e Reservas. Tem como objetivo trazer mais qualidade, padrão nos serviços prestados e, acima de tudo, *compliance* para os empreendimentos, agregando, assim, mais valor para o hotel e para o investidor. **O Centro de Serviços Compartilhados fechou 2023 com 65% de adesão dos empreendimentos aos serviços.** Nossa meta é chegar a **85% em cinco anos.** Como exemplo de eficácia, temos os resultados de 2023 que mostram que a centralização do CSC RM é o principal impulsionador do aumento da Valor da Diária Média (ADR) dos hotéis que contratam esse serviço. Isso porque a gestão de preços de inventário de quartos é feita de maneira inteligente e automatizada, com a distribuição realizada para os inúmeros canais de vendas, com precificação flutuante, a fim de privilegiar a receita dos hotéis.

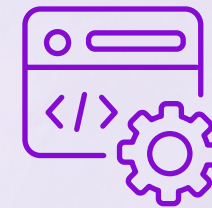


⁷ Gerenciamento de Receita, em português, no setor de hospitalidade, significa vender o maior número de hospedagens pelo melhor preço possível. Saber o momento certo para vender tarifas mais baixas é um ponto crucial na aplicação do RM. Essa estratégia impulsiona as vendas e melhora significativamente a experiência dos hóspedes.

Do ponto de vista de infraestrutura e manutenção, as áreas corporativas direcionam as operações em três diferentes frentes:



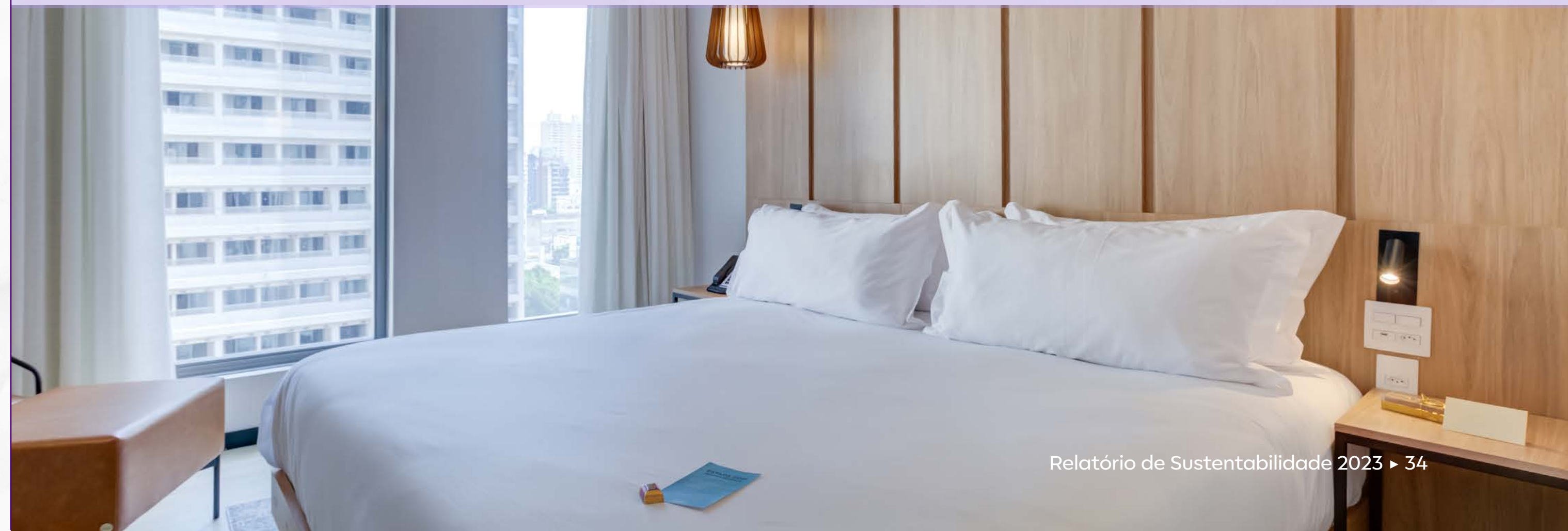
Soluções de Eficientização: estudo de novas tendências e tecnologias focadas na eficiência de consumo de *utilities*; e busca de novas abordagens com fornecedores das principais linhas de custo para beneficiar os empreendimentos e, portanto, toda a rede Atlantica.



Manutenção e Melhorias do Patrimônio: vasta experiência em zelo patrimonial; uso do Sistema Integrado de Manutenção (SIM) – *software* de gestão de manutenção hoteleira com monitoramento de indicadores-chave –; e auditorias anuais dos hotéis em requisitos de segurança e *compliance*.

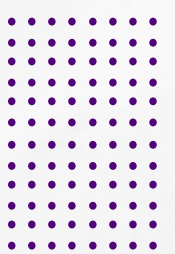
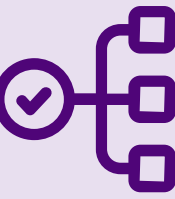
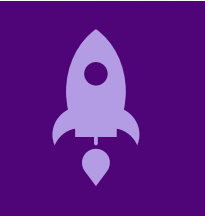


Apoio no Retrofit: auxílio aos times locais de manutenção em intervenções de maior escala em sistemas e infraestrutura; e cadastro homologado de especialistas regionais que minimizam riscos e facilitam garantias.





As instalações físicas dos empreendimentos administrados pela Atlantica são monitoradas pelo SIM visando manter a segurança operacional, mitigar riscos e garantir que o ativo não seja depreciado.



SISTEMA SIM

SISTEMA INTEGRADO DE MANUTENÇÃO



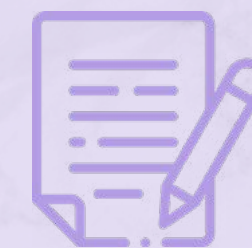
Documentação Legal

Controle da emissão e vencimento de documentos como Laudos e ARTs



Rotinas

Criação de rotinas diárias, semanais, mensais e anuais para execução de manutenções preventivas



Contratos de Manutenção

Registros dos contratos assinados, assim como o controle de suas renovações



Programa Sempre Novo

Controle das inspeções do programa Sempre Novo



Consumo de Água, Energia e Gás

Controle do consumo por ocupação



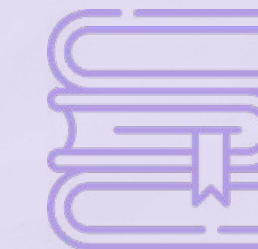
Gerenciamento de Itens em CAPEX

Controle dos itens e ações de CAPEX do ano corrente



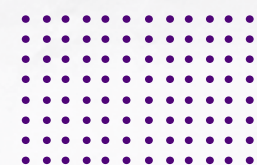
Ordens de Serviço

Cadastro de ordens de serviços de manutenções corretivas



Biblioteca

Área para armazenamento do acervo técnico do empreendimento



Prestação de contas

Temos um compromisso indissolúvel de executar a melhor gestão administrativa e financeira com os ativos de nossos investidores. Segurança financeira com transparência para nossos mais de **28 mil investidores** é uma premissa diária do nosso jeito de fazer negócio. Logo, prestar contas do que fazemos é parte relevante do como conduzimos nossos negócios.

Nossa preocupação é genuína não apenas com as obrigações que uma operação hoteleira possui, mas com tudo o que envolve a performance de cada empreendimento e as melhores práticas de tomada de decisão, tais como:

► **Planejamento Financeiro de Longo Prazo (LRP, sigla em inglês para Long Results Plan):** fazemos o planejamento de receita e custos corporativos da Atlantica com visão de cinco anos à frente, com a aprovação dos nossos acionistas. Em 2023, fechamos o LRP do nosso primeiro ciclo de cinco anos (2019-2023), e nos orgulha termos alcançado os resultados planejados, mesmo tendo enfrentado uma pandemia global nesse período.

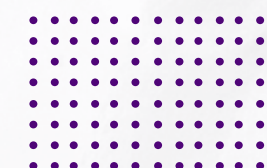
► **Planejamento Orçamentário Anual (POA):** as previsões de receita, Capex e Opex, são realizadas em detalhes, hotel por hotel, com todas as áreas. São orçamentos desafiadores, focados no resultado.

► **Dashboard Operacional de Desempenho:** acompanhamento de indicadores-chave com reporte por hotel com tendências de resultados, proativamente prevendo ações de melhoria/aumento de receita.

Além disso, contamos com o Portal do Investidor, plataforma que permite análise e acompanhamento dos ativos, serve de apoio para decisões financeiras, bem como atende às práticas exigidas pelas normas de contabilidade, como Demonstrações de Resultados do Exercício (DRE) e registro das atas das Assembleias dos fóruns de decisão de cada hotel.

A transparência, a idoneidade e a conduta ética nas relações com os nossos investidores vão além da prestação de contas. Mantemos um relacionamento contínuo e uma comunicação permanente, a exemplo do *chatbot* do **Portal do Investidor**, que atende as demandas desse público, e medimos a satisfação do atendimento por meio do **Net Promoter Score (NPS)**, que, em 2023, alcançou **resultado de 98%**. O alto índice nos alegra e aumenta a responsabilidade em manter a qualidade do relacionamento com esse público.

Para seguirmos evoluindo na jornada do investidor com a Atlantica, contratamos uma consultoria que nos ajudou a mapear possibilidades de aprimoramento nesse relacionamento. Com isso, o plano de trabalho dessa frente de atuação em 2024 será dedicado a tratar as diferentes oportunidades identificadas.





Gestão customizada por empreendimento

- ▶ As prestações de contas da Atlantica são feitas mensalmente para o Conselho de cada empreendimento, e os resultados financeiros são disponibilizados no Portal para 100% dos investidores.
- ▶ As Assembleias acontecem para prestação de contas, aprovações ordinárias, como orçamento e investimento, e aprovações extraordinárias.
- ▶ As Assembleias são convocadas conforme estabelecido em cada convenção. Entre os temas debatidos nesses encontros, estão as prestações de contas, que devem ser aprovadas pela plenária.
- ▶ O orçamento é apresentado anualmente, em primeiro lugar para o Conselho e depois para aprovação da Assembleia. São realizadas reuniões mensais presenciais em cada unidade, nas quais participam o Conselho de Administração e o gerente-geral, com eventual participação de cada NAR.
- ▶ As Assembleias seguem o rito previsto na Convenção de cada empreendimento, havendo convocação prévia, lista de presença, pauta e ata.

Portal do Investidor

Nesta plataforma *on-line* e ao alcance das mãos, os **28 mil investidores da Atlantica** têm à disposição a prestação de contas mensal e outros dados, podem solicitar envio de informações, auditoria dos dados e têm acesso ao Conselho de Investidores e às atas das Assembleias, no caso de hotéis participantes da Comissão de Valores Mobiliários (CMV).

O PORTAL DO INVESTIDOR PERMITE ACESSO AOS DADOS ATUALIZADOS DO EMPREENDIMENTO



Documentos

- ▶ Certidões
- ▶ Convenções condominiais
- ▶ Regulamento interno
- ▶ Comunicados



Finanças

- ▶ Demonstrativos (DRE), Balancetes, Planejamento Orçamentos Anual (POA)
- ▶ CAPEX e investimentos
- ▶ Auditoria externa
- ▶ Prestação de contas mensal



Editais e Atas

- ▶ Editais de Assembleia
- ▶ Atas de Assembleia
- ▶ Atas de reunião de conselho





Gestão de Valor

Gerenciar os ativos dos nossos investidores com excelência estratégica e operacional, de forma a reduzir e mitigar riscos

A gestão responsável, transparente e em conformidade com normas legais e requisitos do setor de hospitalidade é um pilar fundamental do modelo de negócio da Atlantica e é acompanhada de perto pelo corpo diretivo da empresa. Tudo isso porque a Atlantica tem consciência de sua responsabilidade sob a gestão dos ativos de alto valor que administra para os investidores, bem como zela pela mitigação de riscos estratégicos e operacionais. Sabemos que o bom resultado de nossa gestão reflete diretamente na perenidade do nosso negócio e da nossa reputação. Sendo assim, conheça a seguir como agimos para garantir que nossa estratégia seja colocada em prática.



Comitês

Ao todo, cinco comitês compõem a estrutura de governança da Atlantica, sendo eles: Comitê Executivo (Comex), Comitê de Qualidade, Comitê de Desenvolvimento Profissional, Comitê de Comunicação e Comitê de Diversidade e Inclusão.

- ▶ **Comitê Executivo (Comex):** fórum no qual são discutidos, junto ao CEO, assuntos corporativos que influenciam a estratégia do negócio e que possuem desdobramento para a operação. É formado por um time multidisciplinar de vice-presidentes e diretores, que se encontram semanalmente para tratar dos temas estratégicos e transformacionais, assim como acompanhar os indicadores de performance.
- ▶ **Comitê de Qualidade:** fórum mensal que apresenta indicadores atrelados a avaliações de satisfação de hóspedes, liderado pela área de qualidade, que demanda e acompanha a atuação dos executivos de operações em planos de melhoria.
- ▶ **Comitê de Comunicação:** encontro quinzenal entre lideranças de áreas corporativas para levantamento de pautas relevantes e planejamento de divulgação para diferentes públicos de interesse.
- ▶ **Comitê de Desenvolvimento Profissional:** fórum composto pelo time de Desenvolvimento Humano e Organizacional (DHO) e por gerentes regionais de operação. Tem como objetivo potencializar a Uni.Atlantica para atender às necessidades e especificidades do nosso público interno e às demandas de negócio.
- ▶ **Comitê de Diversidade e Inclusão:** apresentado na [página 24](#), é composto por colaboradores que possuem afinidade com o tema, representam as frentes de atuação em diversidade e atuam em diversos departamentos e cargos.
- ▶ **Comitê LGPD:** fórum responsável por assegurar a conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados. Tem como responsabilidade implementar políticas de privacidade, identificar riscos, coordenar respostas a incidentes e promover a conscientização sobre proteção de dados, garantindo assim a segurança e a privacidade dos dados pessoais na organização.

Além disso, cada empreendimento possui um Conselho de Administração regido por uma Convenção de Condomínio, conforme apresentado na seção “Prestação de Contas” ([página 36](#)).

Todas essas instâncias de governança seguem fóruns e encontros realizados com frequência definida para que sejam desdobrados e decididos os assuntos estratégicos e operacionais do negócio. Esse ponto foi apresentado na seção “Governança Corporativa” ([página 31](#)).

Essa estrutura garante que nossa equipe esteja amparada para oferecer aos nossos investidores a melhor execução tática e operacional para seus ativos, com qualidade e excelência na gestão, além de amplo respaldo técnico e acompanhamento minucioso de todas as ações realizadas, mapeando e mitigando possíveis riscos para o negócio.





Gestão da reputação

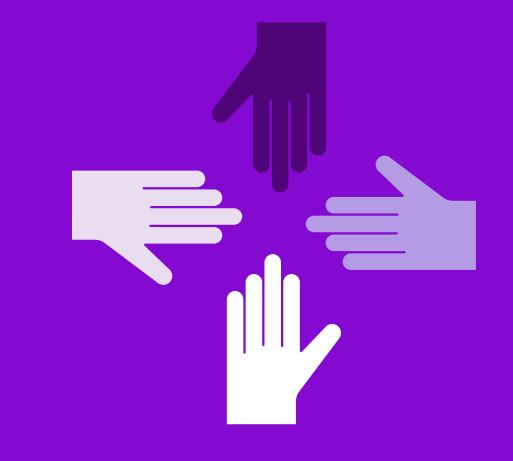
Cuidar da reputação é uma das principais formas de mitigar riscos do negócio. A construção da reputação é algo que se dá no longo prazo, com avanços graduais. Pesquisas com os públicos de relacionamento estão entre as principais ferramentas para a gestão desse importante ativo da marca. Por meio desse monitoramento, a empresa tem poder de ação, assim como *insights* que ajudam a nortear as estratégias de atuação.

As ferramentas de escuta que são utilizadas com os diversos públicos de relacionamento da Atlantica são:

- ▶ **Investidor:** Fale Conosco e *chatbot* do Portal do Investidor, ambos apresentados na seção “Prestação de Contas” ([página 36](#)).
- ▶ **Hóspede:** enviamos um formulário de consulta após a conclusão da estadia. Nele, há uma explicação do que é o NPS (Net Promoter Score – metodologia de aferição de satisfação do cliente) e como é calculado. Cada empreendimento acompanha seu NPS de forma individual, e realizamos campanhas de incentivo para que hotéis de destaque nesse índice sejam reconhecidos como *benchmark*.
- ▶ **Mercado:** para manter a excelência estratégica, fazemos parte do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB), do qual nosso CEO

foi presidente do Conselho até 2023. Em 2024, essa função no FOHB foi assumida pelo VP de Operações, Marketing e Vendas da Atlantica. Integramos também a Associação Latino Americana de Gestão de Eventos e Viagens Corporativas (Alagev), da qual nossa CFO foi diretora administrativa financeira até 2023. Parte da nossa participação em fóruns e associações de mercado tem como objetivo fazer *advocacy* pelo setor, assim como compartilhar nossas boas práticas e ter acesso aos *benchmarkings* do setor. Além disso, comumente marcamos presença em eventos e painéis de mercado.

- ▶ **Colaboradores:** em 2023, completamos cinco anos participando do *ranking* Great Place to Work (GPTW) como forma de medir e acompanhar a nossa reputação entre os colaboradores (saiba mais na [página 45](#)). Ainda assim, vale destacar o crescimento do engajamento na adesão da pesquisa e o fato de que mantivemos o indicador do ano anterior, o que, conforme análise da GPTW, é algo positivo e significativo. Vale ressaltar, também, que este é o quinto ano consecutivo em que recebemos a certificação.
- ▶ **Fornecedores:** estabelecemos em contrato a importância de se manter boas práticas de negócios, em alinhamento com os nossos valores e as nossas premissas.





Materialidade

Em 2023, elevamos nossa atuação com foco na agenda ESG a partir da definição de objetivos claros, por meio da construção de nossa matriz de materialidade.

Como apresentado no início deste relatório, nossas práticas sempre foram pautadas pelo cuidado com as pessoas, pela transparência na gestão do negócio e no relacionamento com investidores e parceiros, assim como pelo apoio a uma causa social de amplo impacto na sociedade.

Em 2023 elevamos nossa atuação com foco na agenda ESG com a definição de objetivos claros, a sistematização de acompanhamento de iniciativas e indicadores e, claro, a definição de compromissos mensuráveis para o Programa Aja. Um dos avanços é justamente a publicação deste primeiro relatório. Outro foi conhecer os impactos positivos e negativos do negócio para os nossos stakeholders.

Assim, realizamos um processo para construir nossa primeira **matriz de materialidade** e, por meio dela, conhecer a percepção de nossos colaboradores.

Estamos empenhados em seguir evoluindo com passos firmes e propondo soluções que agreguem valor e confirmem mais sustentabilidade ao nosso negócio. Por isso, sabemos que a revisão periódica da matriz de materialidade é necessária para avançarmos com as mudanças naturais do nosso setor e expandir o processo de escuta para diferentes partes interessadas, como investidores e comunidade.

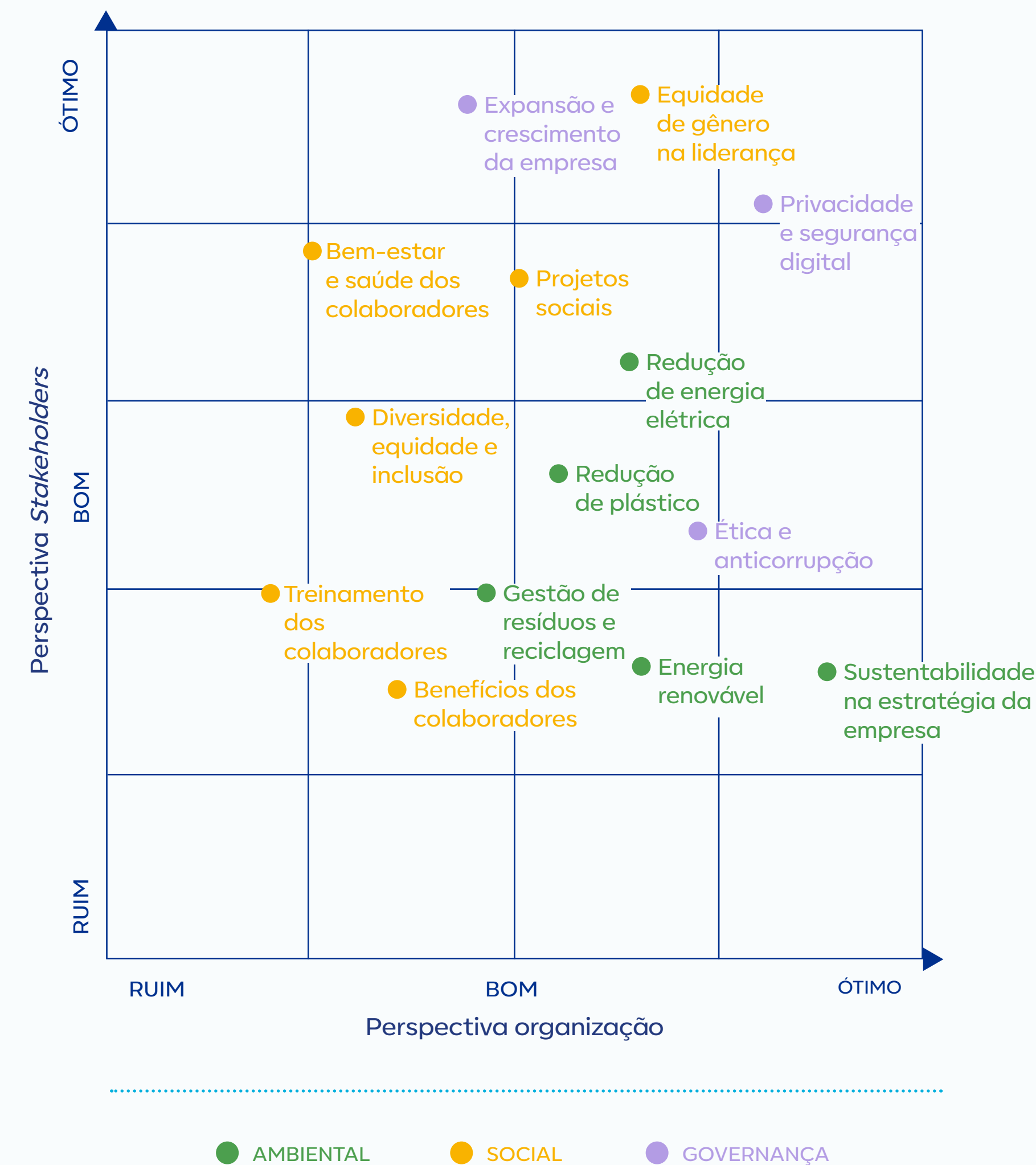
Matriz de Materialidade

A consulta foi realizada de forma *on-line*. Foram recebidas 82 respostas da nossa liderança, incluindo CEO, diretores, gerentes e coordenadores das unidades, colaboradores e parceiros.

- Os temas materiais de meio ambiente, como redução de energia elétrica, energia renovável, redução de plástico e sustentabilidade na estratégia da empresa, apresentaram uma percepção positiva por parte dos stakeholders ouvidos, assim como temas de privacidade e segurança digital, ética e anticorrupção, sendo ambos na frente de governança.
- Os três temas materiais com maior oportunidade de melhoria, segundo a percepção dos nossos stakeholders, são benefícios e treinamentos aos colaboradores e gestão de resíduos e reciclagem. Todos já com iniciativas no Programa Aja para alavancar os resultados e ampliar a percepção positiva entre os nossos públicos de interesse.



ODS da ONU impactados pela contribuição do Aja





Engajamento com *stakeholders*

Levar em conta as especificidades de cada uma de nossas partes interessadas é fundamental para o nosso negócio.

Para cuidar de pessoas é preciso estabelecer um vínculo de transparência e confiança com elas. Por isso, a gestão do relacionamento com os nossos *stakeholders* levando em conta as especificidades de cada um é fundamental para o negócio.

Em 2023 estabelecemos um abrangente plano de comunicação para apresentar o Aja, suas ambições e, assim, estimular e engajar nossas partes interessadas nas iniciativas que realizamos. Conheça o plano abaixo.

Plano de Comunicação do Programa Aja

Objetivo: engajar nossos *stakeholders*, sendo de fato um chamamento para que essas partes interessadas partissem para a ação e somassem esforços nessa transformação a favor de um futuro mais sustentável



Duração: setembro a dezembro de 2023



Públicos impactados: investidores, hóspedes, colaboradores e mercado



Mensagem: para cada um dos nossos públicos, utilizamos uma mensagem diferente, os convidando para se engajarem no programa:

- **Colaboradores:** Aja por um mundo melhor. Seja a mudança que você quer ver.
- **Hóspedes:** Aja por um mundo melhor. Ajude a construir o futuro que todos queremos.
- **Mercado:** Aja por um mundo melhor. Junte-se à Atlantica para promover a transformação.
- **Investidor:** Aja por um mundo melhor. Apoie a construção de um futuro onde todos ganham.



Canais: divulgamos a campanha em canais de mídia digital, em nossas redes sociais, inserimos *web banners* no Let's Atlantica, nosso canal de vendas de hospedagens e programa de fidelidade. Além disso, dedicamos uma página exclusiva ao Programa Aja no site institucional da Atlantica, disponibilizamos cartazes para serem fixados nos hotéis e produzimos materiais para a rede social corporativa, a Atlantica On, assim como vídeos e e-mail *marketing* para investidores.



Peças: ao todo, foram produzidas mais de 100 peças de comunicação ao longo de quatro meses de campanha.



Imprensa: distribuímos dois *press releases*, sendo um sobre o lançamento da campanha “Atlantica Hospitality International reforça compromissos ambientais, sociais e de governança com metas de ESG” e outro com a temática desplastifique: “Atlantica reduz o descarte de mais de 9,6 toneladas de plástico pelos hotéis”. Ao todo, 57 veículos replicaram os conteúdos, alcançando um **público estimado de mais de 5 milhões de leitores**.



UniAtlantica: investimos na formação dos nossos colaboradores, com **64%** deles tendo concluído a trilha de treinamento dos conteúdos relacionados ao Aja: foram realizados **15 palestras e workshops**, com média de participação de **136 pessoas** em cada evento.

Prêmios e reconhecimentos

Temos muito orgulho em ver nossa atuação reconhecida por importantes organizações que avaliam, por exemplo, a gestão de pessoas, as nossas lideranças e os programas que oferecemos aos hóspedes. Saiba, a seguir, que prêmios e reconhecimentos recebemos em 2023.

Adrian Awards (Hospitality Sales & Marketing Association International – HSMAI) - Pelo segundo ano consecutivo, vencemos o Adrian Awards, premiação concedida pela HSMAI, instituição centenária de referência mundial no turismo. O case premiado foi o “Let’s Atlantica: o programa de fidelidade que conecta

marcas de todo o Brasil”. Esse importante reconhecimento para o segmento de hospitalidade demonstra o quanto estamos comprometidos em garantir uma jornada de qualidade e cuidado para nossos hóspedes, gerando mais conexão e fidelidade com quem vai a nossos hotéis e residenciais.

Choice Hotels - Fomos mais uma vez reconhecidos durante a Convenção Anual da Choice Hotels, uma das maiores franquadoras de hospedagem do mundo e com a qual temos parceria. No total, 12 hotéis da Atlantica no Brasil se destacaram entre os vencedores nas quatro categorias: Best of Choice, que reconhece os melhores hotéis de cada bandeira no mundo (Radisson Blu Belo Horizonte Savassi foi eleito o melhor hotel da bandeira nas Américas); Ring of Honor, que elege os melhores índices de qualidade entre mais de sete mil hotéis por todo o mundo (Radisson Blu Belo Horizonte Savassi, Radisson Hotel Curitiba, Radisson Blu São Paulo, Radisson Vila Olímpia São Paulo, Clarion Goiânia Órion, Comfort Suites São José do Rio Preto e Quality Hotel Blumenau); Platinum Award, que reconhece os hotéis entre os *tops* 5% em melhores avaliações dos hóspedes por bandeira no mundo (Clarion Goiânia Órion e Comfort Suites São José do Rio Preto); e Gold Award, que reconhece os hotéis entre os *tops* 10% em melhores avaliações de hóspedes por bandeira no mundo (Comfort Hotel Bauru, Comfort Suites Vitória, Comfort Hotel Mogi Guaçu, Quality Hotel Blumenau, Quality Hotel & Suites São Salvador e Sleep Inn São Carlos).

Estudo “Hotelaria em Números – Brasil 2023” (JLL em parceria com Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil e com a Resorts Brasil) - Ficamos na primeira colocação do *ranking* das administradoras hoteleiras com mais empreendimentos no Brasil.

Executivo de Valor (Jornal Valor Econômico) - Concedido por um dos principais veículos de economia, finanças e negócios

do Brasil, o prêmio reconheceu Eduardo Giestas, CEO da Atlantica, com o título de Executivo de Valor na categoria Serviços pelo segundo ano consecutivo. A premiação reconhece as habilidades de gestão dos executivos em seus setores de atuação. É um enorme orgulho para nós ter, na liderança máxima da empresa, um executivo cuja atuação exemplar é reconhecida de forma recorrente pelo mercado.

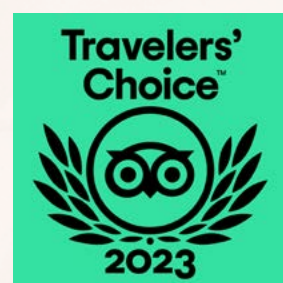
“Eu me sinto realizado em representar não somente a Atlantica, mas todo o setor de turismo e hospitalidade neste prêmio tão prestigiado e genuíno. A cadeia do turismo movimenta mais de 5% do PIB nacional e cumpre um nobre papel social de inclusão – empregando e capacitando muita gente e promovendo desenvolvimento de várias cadeias produtivas de micro e pequenos empreendedores em todos os rincões do nosso país. A Atlantica é uma empresa jovem, que vem inovando e apresentando taxas significativas de crescimento em receita e lucratividade. Consegue fazer isso com um forte compromisso com a sustentabilidade, promovendo diversidade, inclusão e equidade em tudo o que faz e agindo de forma efetiva na proteção do meio ambiente.”

Eduardo Giestas



Prêmio Decolar (site Decolar) - Fomos reconhecidos pelo volume de vendas realizadas no site na categoria Redes.

Prêmio Fornecer (Revista Hotéis) - Ganhamos, pela quarta vez, o prêmio de melhor rede hoteleira para fornecer.



Travelers' Choice (Trip Advisor) - Ao todo, 49 hotéis que administramos no Brasil foram eleitos os melhores pela avaliação realizada pelo site Trip Advisor.

Great Place To Work®

Certificada 2023
Brasil



Great Place to Work® (GPTW)

Ser um lugar onde as pessoas têm prazer em trabalhar é algo que valorizamos. Queremos ser um ambiente acolhedor para que todos os colaboradores possam sentir-se seguros e, sendo quem realmente são, entregar o máximo de seu potencial e produtividade.



Em 2023, **pelo quinto ano consecutivo**, a Atlantica Hospitality International conquistou o selo Great Place to Work®, que a certifica como uma das melhores empresas nacionais para se trabalhar. Participaram da pesquisa 3.564 colaboradores, um aumento de 26% no número de respondentes em relação à edição 2022.

O cuidado que temos com nossos colaboradores pode ser atestado pela consistência obtida nos resultados dos últimos cinco ciclos em que participamos do *ranking* GPTW. O índice de confiança na nossa empresa se manteve em 79%. O orgulho de trabalhar na empresa e a relação entre as pessoas são pontos de destaque, reflexo da cultura, do propósito de “cuidar de cada um que confia na gente” e de nossa imagem consolidada no mercado.

A photograph of a person walking through a field of tall grass. The person is wearing a light-colored, vertically striped short-sleeved shirt and matching shorts. They are barefoot. The background is a soft-focus field of green grass with some yellow flowers. The lighting is warm, suggesting late afternoon or early morning.

Nosso Futuro

Acreditamos no poder que as ações têm de transformar o mundo. E isso só será possível se agirmos juntos em busca de objetivos comuns.

Agir juntos para transformar

Estamos confiantes na jornada que percorremos em nossa estratégia de sustentabilidade por meio do Programa Aja ao longo de 2023. Tudo o que fizemos contou com o envolvimento, entusiasmo e engajamento do nosso time. Acreditamos fortemente no poder que as ações têm de transformar o mundo e isso só será possível se todos agirem juntos em busca de objetivos comuns. É por meio do espírito de coletividade que vamos avançar continuamente na agenda ESG.

Seguiremos mantendo a humildade em aprender com o que vivenciamos até agora, corrigindo caminhos sempre que necessário. Continuaremos com nossa ousadia em propor novos desafios à medida que as conquistas se concretizam. Tudo isso porque estamos aqui, prontos para cuidar de quem confia na gente. Hoje e no futuro.

Com isso, para os próximos anos, temos como perspectiva alcançar as metas a seguir.

Pilares	aja PELO PLANETA				aja PELAS PESSOAS			aja PELOS NOSSOS VALORES		
Iniciativa										
Metas	Ter 10% de redução de kWh/RNE (kilowatt-hora/quarto ocupado) até 2028 Ter 100% dos hotéis administrados usando energias renováveis até 2025	Ter 15% de redução de m ³ /RNE (metros cúbicos/quarto ocupado) até 2028	Trocar embalagens de <i>amenities</i> em miniatura por <i>dispensers</i> em 100% dos hotéis administrados até o fim de 2024 Garrafa de água 100% dos hotéis administrados devem eliminar recipientes plásticos de uso único até o fim de 2024.	Ter 100% dos hotéis administrados executando o programa de pesagem do lixo gerado nos hotéis até o fim de 2024	Ter uma demografia interna mais diversa e inclusiva do que a sociedade em que estamos inseridos	Garantir que 85% do público interno – corporativo, liderança e operação – conclua a trilha de formação para a sua função, seja de aspecto cultural ou técnico	Arrecadar R\$ 250 mil em doações em 2024	Implantação de documento único em 2024 que contemple todas as normas, manuais e políticas que a Atlantica possui	Implantação do <i>app</i> do Investidor em 2024	Implantação de plano de mitigação de riscos em 100% dos hotéis em 2024



Coordenação do Relatório de Sustentabilidade

Gabriela Menacho - Diretora de Comunicação

Renata Vaterkemper - Gerente de Comunicação

Flavia Buiati - VP Financeiro e Jurídico

Fernando Morais - Diretor de Gestão de Pessoas & Cultura

Patricia Jaguski - Gerente de Desenvolvimento Humano e Organizacional

Juliana Almeida - Gerente de Endomarketing

Mark Campbell - Diretor Executivo de Produtos e Serviços Técnicos

Marília Ferraz - Gerente de Integridade de Produtos & Branding

Allan Barroso - Gerente Sênior de Infraestrutura & Manutenção

Leandro Abrahão - Gerente Sênior de Alimentos e Bebidas

Conteúdo, projeto e diagramação

Quintal 22

Materialidade

Ivoire

Contato: www.ahi.com.br | marketing@ahi.com.br