

## **Atlantica e Vert anunciam uma aliança estratégica de cerca de R\$ 1bi**

*Negócio se consolida como o segundo maior do mercado de administração hoteleira, com mais de 20 mil quartos em 140 hotéis ao final de 2018*

Uma nova potência surge no setor de administração hoteleira no Brasil com a aliança estratégica firmada hoje entre a Atlantica Hotels e a Vert Hotéis. Com a novidade, o negócio passa a representar 19 marcas entre nacionais, próprias e internacionais, e prevê um faturamento de cerca de R\$ 1 bilhão já em 2018, consolidando-se como o segundo maior do mercado, com mais de 20 mil quartos.

“A aliança nos posiciona também como maior negócio multimarca e multissegmento da América Latina, bem como a melhor opção de portfólio hoteleiro no Brasil”, explica Eduardo Giestas, CEO da Atlantica Hotels. “Teremos ganhos extremamente importantes em termos de capilaridade, melhores condições comerciais, ganhos relacionados à distribuição, vendas cruzadas, inteligência de mercado, além do desenvolvimento da rede e da criação de novos produtos. Tudo isso resultará no incremento da nossa força comercial e de marca”, complementa.

De acordo com o executivo, a Atlantica e a Vert estimam um crescimento de dois dígitos na receita dos hotéis em 2018, chegando, juntas, em quase 25% ano contra ano. O negócio está projetado para atingir a marca de 140 hotéis e a equipe comercial passará a contar com 190 pessoas em 50 cidades brasileiras.

“O conhecimento e a reputação construída nesses quase 30 anos fortalecem a confiança na manutenção da excelência na gestão hoteleira com profissionalismo, ética, proximidade e transparência nos negócios, que sempre pautaram as nossas histórias”, complementa Erica Drumond, diretora presidente da Vert Hotéis.

A aliança estratégica explorará ao máximo as potencialidades de ambas a partir da consolidação das plataformas de venda e operação das duas companhias, além da troca de boas práticas para o aperfeiçoamento da gestão dos portfólios.

Segundo Giestas, a liderança do negócio conta com as equipes das duas empresas para ajudar na condução desse processo. A aliança tem nesse time uma força colaborativa importante para a gestão mais segura e tranquila para investidores, clientes e colaboradores.

As duas companhias, referências em padrão internacional, contam com um diferencial valioso: por estarem baseadas no Brasil, as empresas conseguem garantir maior proximidade, agilidade e têm total autonomia e rapidez nos processos e na tomada de decisão. “A soma da força regional e bandeiras da Vert com a expertise em marketing e vendas da Atlantica, possibilitará que as duas companhias cresçam expressivamente em âmbito nacional. Estamos bastante otimistas com essa parceria”, finaliza Erica Drumond.

**Sobre a Atlantica Hotels**

Fundada em 1996, a Atlantica Hotels, sediada em São Paulo, é a maior administradora de hotéis de capital privado da América do Sul. A companhia detém alianças exclusivas com a Choice Hotels (dona das marcas Sleep Inn, Comfort, Comfort Suites, Quality e Clarion), com o Radisson Hotel Group (bandeira Radisson BLU, Radisson RED, Radisson e Park Inn by Radisson), com o Hilton Worldwide (bandeira Hilton Garden Inn) e mantém parceria estratégica com a Starwood para administração da marca Four Points by Sheraton.

A rede está presente em 43 cidades do Brasil onde opera 97 unidades que somam mais de 15,3 mil apartamentos. Todos os empreendimentos da companhia seguem padrões internacionais de excelência, com acomodações modernas e bem equipadas, infraestrutura completa, com serviços cortesia como conexão para internet wireless e café da manhã.

São aproximadamente 4,2 mil colaboradores, treinados e pautados profissionalmente para atender da melhor forma a todos os hóspedes por meio da cordialidade, simpatia e hospitalidade.

### **Sobre a Vert**

Com 7 anos de atuação com foco na hotelaria essencial, a Vert Hotéis conta com 20 empreendimentos em 12 destinos brasileiros: São Paulo, Osasco, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife, Parauapebas, Lagoa Santa, Linhares, Macaé, Campos, Natal e Campinas.

A rede, de origem mineira, conta com três marcas próprias, Sentido, eSuites e Ícone e outras cinco em parceria com a Wyndham Hotel Group, que são Ramada Plaza, Ramada Hotel & Suites, Ramada Hotel, Ramada Encore e Days Inn.

Recentemente, a rede firmou parceria com a empresa argentina Aadesa, formando um grupo empresarial com mais de 30 hotéis em funcionamento, mas de 4.400 apartamentos, 106 salões para a realização de eventos, 38 restaurantes situados em mais de 25 cidades e destinos no Brasil e na Argentina até o final deste ano.

Criada com foco no prazer em servir e nos pilares da hotelaria essencial, seu objetivo é assegurar o máximo de resultado aos investidores, a satisfação dos hóspedes, e ainda o bem estar dos colaboradores.

### **Contatos para imprensa:**

#### **Weber Shandwick**

**PABX:** (11) 3027-0200

Viviane Santa Cruz – [vsantacruz@webershandwick.com](mailto:vsantacruz@webershandwick.com)

Renata de Albuquerque – [ralbuquerque@webershandwick.com](mailto:ralbuquerque@webershandwick.com)