



# Relatório de Sustentabilidade



# SUMÁRIO

- 03.** Sobre o Relatório de Sustentabilidade 2024
- 04.** Nosso Manifesto
- 05.** Quem Somos
- 06.** Mensagem do Presidente
- 08.** Nossas Marcas
- 10.** Nossas Princípios
- 11.** Estratégia ESG
- 12.** Nossos Stakeholders
- 13.** Matriz de Materialidade
- 14.** Agenda ESG
- 15.** Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
- 18.** Governança Corporativa
- 26.** Capital Social
- 35.** Capital Ambiental

# SOBRE O RELATÓRIO

**GRUPO  
TOUR HOUSE**

o Grupo Tour House, tem o prazer de apresentar nosso Relatório de Sustentabilidade, cobrindo nossas ações de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024. Este documento é um convite para que nossos clientes e parceiros conheçam de perto o nosso compromisso e progresso em relação às pautas social e ambiental.

O Grupo Tour House é formado por unidades de negócios, dedicadas a oferecer soluções inovadoras para a gestão de viagens e eventos corporativos. Nosso foco é usar a tecnologia para garantir a melhor experiência, com rastreabilidade e agilidade em cada etapa das viagens e eventos corporativos, além de uma gestão dedicada de todos os processos que envolvem, planejamento, benefícios, gestão de custo e desempenho.

Embora não sejamos uma empresa de capital aberto, temos orgulho de seguir os rigorosos padrões de governança do IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, acreditando que a sustentabilidade deve estar no centro de qualquer negócio, e por isso, estamos comprometidos em proteger o meio ambiente, promover o desenvolvimento social e aumentar a resiliência da empresa, em tempos de grandes e complexas transformações.

Venha descobrir como estamos construindo um ecossistema onde empresas, pessoas e suas comunidades, trabalham juntas para um mundo melhor.

# NOSSO MANIFESTO

**GRUPO  
TOUR HOUSE**

Para além da gestão de viagens e eventos corporativos,  
uma experiência inovadora e sustentável.



# QUEM SOMOS

**GRUPO  
TOUR HOUSE**

Fundado por Carlos Prado em 1990, o Grupo Tour House oferece soluções completas para a Gestão de Viagens Corporativas, Eventos e Incentivos.

A empresa se destaca por suas práticas inovadoras e sustentáveis. Desde 2007, é a primeira agência brasileira a neutralizar o carbono de sua operação. Em 2017, a empresa implementou um Conselho de Administração composto por profissionais independentes, para auditar suas atividades. Em 2018, criou um comitê interno de sustentabilidade e, em 2019, lançou a campanha "etrip green friday", incentivando o setor de turismo a adotar ações mais sustentáveis. Valorizamos a ética e o cuidado com nossos clientes, garantindo que qualidade e confiabilidade dos serviços prestados.

## NOSSAS SOLUÇÕES



**GESTÃO DE VIAGENS  
CORPORATIVAS**



**VIAGENS DE  
INCENTIVO**



**EVENTOS  
CORPORATIVOS**



**VIAGENS DE  
LAZER**



**PLATAFORMA  
etrip**



**BRINDES E  
PRESENTES**

# MENSAGEM DO NOSSO PRESIDENTE

O ano de 2024 foi sem dúvida, um ano de grandes desafios e oportunidades para o setor de gestão de viagens e eventos corporativos. Diante de um cenário político e econômico dinâmico, nosso foco no Grupo Tour House foi o de manter a excelência operacional e, ao mesmo tempo, aprofundar nosso compromisso com a sustentabilidade e os princípios ESG (Ambiental, Social e de Governança), visto que reconhecemos como fundamental para a continuidade dos negócios.

O mercado global de viagens corporativas continua a se expandir, impulsionado pela retomada econômica e pela necessidade das empresas, de fortalecerem laços com clientes e parceiros. No entanto, o cenário político e econômico, tanto no Brasil quanto no mundo, exige atenção. A volatilidade dos mercados e as incertezas regulatórias requer uma gestão ágil e proativa, capaz de antecipar riscos e capitalizar as novas tendências. É nesse contexto que o Grupo Tour House, se consolida como um parceiro estratégico para nossos clientes, auxiliando-os a otimizar custos e a maximizar o retorno sobre seus investimentos em viagens e eventos.



Unindo o potencial de negócios à responsabilidade com o futuro, o setor de turismo e eventos corporativos se renova, plantando sementes de sustentabilidade e ESG para colher um crescimento consciente e de impacto positivo para todos.

Carlos Prado  
Presidente do Grupo  
Tour House

Para a nossa empresa, a sustentabilidade não é tendência, mas sim um pilar essencial da nossa estratégia e um motor de crescimento. Como presidente do Grupo Tour House, tenho a responsabilidade de manter o negócio vivo e capaz de gerar valor para nossos colaboradores, clientes, fornecedores e para toda a sociedade, sendo a razão de nossa existência. Neste sentido, avaliar constantemente nossos processos internos, buscando melhor eficiência na operação, gestão compartilhada com um time de líderes de executivos seniores, alinhado com tecnologias para rastreabilidade e agilidade, são fundamentais para garantir a qualidade, resiliência e o melhor desempenho.

A adoção de práticas sustentáveis nos permite inovar, otimizar recursos e, mais importante, construir uma reputação de confiança e valor com nossos stakeholders.

## **Tecnologia e Rastreabilidade para um Futuro Sustentável.**

Para alcançar esse objetivo, investimos em tecnologia de ponta para garantir uma rastreabilidade completa de nossas operações. Ferramentas digitais nos permitem monitorar e analisar o impacto de cada serviço, desde a escolha de fornecedores até a logística do evento. Isso não só nos ajuda a tomar decisões mais conscientes e eficientes, mas também oferece aos nossos clientes a transparência necessária para que eles também possam cumprir suas próprias metas de sustentabilidade.

## **Pessoas e Conexões no Coração da Mudança**

A verdadeira transformação, no entanto, é impulsionada por pessoas. Colocamos as pessoas no centro da nossa estratégia, investindo no desenvolvimento contínuo de nossa equipe. Acreditamos que o conhecimento e a paixão de nossos colaboradores são a chave para criar soluções inovadoras e sustentáveis. Promovemos uma cultura de conexão, colaborandoativamente com nossos clientes e parceiros de negócios para entender suas necessidades e cocriar soluções que não apenas atendam, mas superem suas expectativas. Ao trabalhar juntos, somos capazes de desenhar experiências que maximizam o valor do negócio, ao mesmo tempo em que minimizam o impacto ambiental e social.

No Grupo Tour House, estamos construindo um futuro onde o sucesso empresarial e a sustentabilidade caminham lado a lado. Estamos prontos para liderar essa jornada, utilizando inovação e o poder das conexões humanas para entregar um desempenho superior e criar um impacto positivo duradouro.

Confira neste relatório, os caminhos que orienta nossa estratégia e sobretudo, como criamos conexões confiáveis e duradouras.

**Carlos Prado**  
Presidente do  
Grupo Tour House

# NOSSA MARCAS

O Grupo Tour House é formada por unidades de negócio que prestam serviços de viagens e eventos corporativos, com marcas que atendem diferentes perfis de clientes. Nossos times estão preparados para proporcionar o melhor atendimento e a melhor experiência em gestão de viagens e eventos corporativos, oferecendo segurança e planejamento. Seja para o atendimento de pessoa física ou jurídica, nossas soluções atendem aos padrões mais elevados em eficiência e tecnologia.



## **TOUR HOUSE VIAGENS CORPORATIVAS**

Soluções tecnológicas com agilidade e rastreabilidade para viagens à negócios de forma eficiente e com menor custo.



## **TOUR HOUSE EVENTOS E INCENTIVOS**

Experiências inovadoras para eventos nacionais e internacionais com consultoria, tecnologia e logística dedicada.



Viagem sob medida para premiação personalizada que mostra o quanto as pessoas são importantes, fortalecendo conexões duradouras.

# NOSSA MARCAS

No Grupo Tour House, nosso compromisso vai além da simples prestação de serviços: nossa missão é conectar pessoas e projetos por meio de experiências que inspiram, reconhecem e celebram. Com mais de 30 anos de atuação, unimos a ética e a transparência de uma empresa sólida à inovação contínua para entregar soluções completas e de alto impacto, sempre com foco em um futuro sustentável.



## etrip

Plataforma que visa reduzir em até 20% dos gastos com passagens aéreas e hotéis, ampliando o acesso e as possibilidades para uma experiência completa.



## TOUR HOUSE LAZER

Pacotes nacionais e internacionais com as principais operadoras do mercado, desde passagem aérea, cruzeiros, hotéis e pousadas com muito conforto, praticidade e custo acessível.



## MOTIVIA BRINDES E PRESENTES

Referência no desenvolvimento de brindes corporativos, a Motivia pensa no equilíbrio entre o custo e a experiência com soluções e projetos personalizados.

# NOSSOS PRINCÍPIOS

O Cliente é a nossa razão de existir e o negócio tem que ser bom para ele, mas também tem que ser bom para os nossos colaboradores, fornecedores, para os nossos acionistas, além da sociedade e do planeta. Um negócio só prospera, se tiver a conexão com o desenvolvimento sustentável - a sinergia entre os pilares econômico, social e ambiental.



## 01- MISSÃO

Ser uma empresa de soluções inovadoras para facilitar e conectar projetos e pessoas, gerando e distribuindo riquezas de forma sustentável, com transparência e longevidade.



## 02 — VISÃO

Estar em 2027 entre as 5 maiores empresas do segmento, reconhecida pela inovação na prestação dos serviços e excelente local para se trabalhar.



## 03 — VALORES

- Ter compromisso e orgulho em gerar resultados;
- Buscar constantemente a inovação;
- Aplicar a transparência em todas as relações de negócios, principalmente na prestação de contas com todos os envolvidos;
- Fazer negócios sempre de forma ética;
- Respeito acima de tudo e de todos;
- Paixão no que se faz;
- Desenvolver gente dentro e fora da empresa;
- Inclusão e Diversidade no DNA.

# ESTRATÉGIA ESG

- Stakeholders
- Matriz de Materialidade
- Agenda ESG
- Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

# NOSSOS STAKEHOLDERS

Para o Grupo Tour House, a construção de relacionamentos sólidos com as partes interessadas (stakeholders) é fundamental para identificar novas oportunidades, fortalecer parcerias e garantir o sucesso do negócio. Mantemos um diálogo constante e transparente com todos os nossos stakeholders, utilizando canais como redes sociais, nosso site institucional e ouvidoria. Esse engajamento nos ajuda a identificar áreas de melhoria e a implementar ações corretivas para atender às expectativas de todos.

Conduzimos pesquisas regulares com clientes, colaboradores e fornecedores para entender a percepção sobre nossas ações, posicionamento e qualidade de serviços. Além disso, nossa participação em entidades setoriais e comitês públicos reforça nosso papel como impulsionadores do desenvolvimento do setor, alinhando nossas práticas à sustentabilidade e ao compromisso social e ambiental. Nossa abordagem para engajamento dos stakeholders está direcionada da seguinte forma:

## Clientes

- Comunicados relevantes através de e-mails, mídias sociais e outros canais diretos da companhia;
- Pesquisa de satisfação.

## Colaboradores

- Comunicados relevantes através de e-mail, reuniões e outros canais diretos da companhia;
- Pesquisas de satisfação.

## Fornecedores

- Comunicados relevantes através das redes sociais, reuniões formais e outros canais diretos da companhia.

## Diretoria

- Comunicados relevantes através de reuniões formais;
- Participação em órgãos governamentais, comitês, entidades setoriais.

## Conselho

- Comunicados relevantes - reuniões formais para temas específicos através dos comitês semanais.

# MATRIZ DE MATERIALIDADE

Em 2023, um passo fundamental em nossa jornada de sustentabilidade foi a realização da nossa primeira Matriz de Materialidade. Para isso, fizemos uma ampla consulta aos nossos stakeholders, o que nos permitiu identificar os principais riscos, desafios e oportunidades em relação a temas ambientais, sociais e de governança (ESG). O processo foi conduzido por uma consultoria especializada, em colaboração com nosso Comitê Interno de Sustentabilidade, composto por profissionais de diversas áreas da empresa. É uma agenda de longo prazo, focada na melhoria contínua de processos, no desenvolvimento de pessoas e na adoção de tecnologias que garantam maior rastreabilidade e uma gestão mais eficiente. O resultado nos mostrou os temas mais relevantes e de maior impacto para nossa operação, que passaram orientar nossa estratégia e agenda de sustentabilidade e (ESG). São eles:



# AGENDA ESG

Já em 2024, a empresa deu um passo significativo para aprimorar sua agenda ESG (Ambiental, Social e de Governança), focando na evolução da sua maturidade em gestão. Para isso, foram trabalhados dois temas materiais cruciais: a **Gestão da Cadeia de Fornecimento para a Sustentabilidade** e a **Gestão de Risco**. O esforço estratégico em aprofundar as práticas sustentáveis, garantindo que elas não se limitem às operações internas, mas se estendam por toda a cadeia de valor, tem sido nossa bússola. A Gestão da Cadeia de Fornecimento para a Sustentabilidade permite avaliar e mitigar impactos ambientais e sociais em cada etapa, desde a origem dos insumos até a entrega do produto final e serviços. Paralelamente, a Gestão de Risco foi intensificada para identificar, analisar e responder a potenciais ameaças (financeiras, operacionais e reputacionais) que podem surgir no cenário ESG. Ao trabalhar proativamente esses temas, a empresa fortalece sua resiliência, assegura a longevidade dos negócios e reforça seu compromisso com a responsabilidade corporativa.



# OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A adoção dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU é crucial para empresas que buscam crescimento e impacto positivo. Ao incorporar os ODS, reforçamos nossos compromisso com um futuro mais sustentável e ético, o que melhora a competitividade, atrai talentos e investidores que valorizam a performance em ESG.

Para o Grupo Tour House, os valores dos (ODS) já são parte da estratégia, guiando ações como a promoção da igualdade de gênero, garantia de trabalho digno e justo e redução do impacto ambiental. A busca pela adesão formal ao Pacto Global da ONU é a reafirmação de um compromisso que já está na cultura da empresa, solidificando a sustentabilidade como um investimento no futuro.

Ao mapear nossos temas materiais, definimos **06** Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, que se alinham aos nossos temas materiais e o momento da agenda que estamos. São eles:



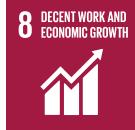
**SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS**

# METAS E INDICADORES



## IGUALDADE DE GÊNERO

- 5.1** Acabar com todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e meninas em toda parte;
- 5.2** Eliminar todas as formas de violência contra todas as mulheres e meninas nas esferas públicas e privadas, incluindo o tráfico e exploração sexual e de outros tipos;
- 5.5** Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública;



## EMPREGO DIGNO E CRESCIMENTO ECONÔMICO

- 8.2** Atingir níveis mais elevados de produtividade das economias por meio da diversificação, modernização tecnológica e inovação, inclusive por meio de um foco em setores de alto valor agregado e dos setores intensivos em mão de obra;
- 8.5** Até 2030, alcançar o emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas as mulheres e homens, inclusive para os jovens e as pessoas com deficiência, e remuneração igual para trabalho de igual valor;
- 8.8** Proteger os direitos trabalhistas e promover ambientes de trabalho seguros e protegidos para todos os trabalhadores, incluindo os trabalhadores migrantes, em particular as mulheres migrantes, e pessoas em empregos precários;



## REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES

- 10.2** Até 2030, empoderar e promover a inclusão social, econômica e política de todos, independentemente da idade, gênero, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição econômica ou outra;



## CONSUMO CONSCIENTE

- 12.4** Até 2020, alcançar o manejo ambientalmente saudável dos produtos químicos e todos os resíduos, ao longo de todo o ciclo de vida destes, de acordo com os marcos internacionais acordados, e reduzir significativamente a liberação destes para o ar, água e solo, para minimizar seus impactos negativos sobre a saúde humana e o meio ambiente;
- 12.5** Até 2030, reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso;
- 12.6** Incentivar as empresas, especialmente as empresas grandes e transnacionais, a adotar práticas sustentáveis e a integrar informações de sustentabilidade em seu ciclo de relatórios
- 12.7** Promover práticas de compras públicas sustentáveis, de acordo com as políticas e prioridades nacionais;
- 12.b** Desenvolver e implementar ferramentas para monitorar os impactos do desenvolvimento sustentável para o turismo sustentável, que gera empregos, promove a cultura e os produtos locais

# METAS E INDICADORES



## AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA

**13.1** Reforçar a resiliência e a capacidade de adaptação a riscos relacionados ao clima e às catástrofes naturais em todos os países;

**13.3** Melhorar a educação, aumentar a conscientização e a capacidade humana e institucional sobre mitigação, adaptação, redução de impacto e alerta precoce da mudança do clima



## PARCERIAS E MEIO DE IMPLEMENTAÇÃO

**17.16** Reforçar a parceria global para o desenvolvimento sustentável, complementada por parcerias multissetoriais que mobilizem e compartilhem conhecimento, expertise, tecnologia e recursos financeiros, para apoiar a realização dos objetivos do desenvolvimento sustentável em todos os países, particularmente nos países em desenvolvimento;

**17.17** Incentivar e promover parcerias públicas, público-privadas e com a sociedade civil eficazes, a partir da experiência das estratégias de mobilização de recursos dessas parcerias;

**17.19** Até 2030, valer-se de iniciativas existentes para desenvolver medidas do progresso do desenvolvimento sustentável que complementem o produto interno bruto [PIB] e apoiem a capacitação estatística nos países em desenvolvimento



# GOVERNANÇA CORPORATIVA



- Visão de Longo Prazo
- Pilares da Governança
- Estrutura de Governança
- Código de Ética e Conduta
- Ouvidoria e Canal de Denúncia
- LGPD
- Matriz de Risco

# VISÃO DE LONGO PRAZO

Diante de um cenário de crescente volatilidade e incerteza, a sustentabilidade deixou de ser uma pauta opcional e se tornou um pilar estratégico para a longevidade de qualquer negócio. Para o Grupo Tour House, que atua no setor de viagens e eventos corporativos, onde a percepção de valor e a responsabilidade social estão intrinsecamente ligadas, a integração de práticas sustentáveis não é apenas um diferencial competitivo, mas uma necessidade para garantir a saúde financeira e operacional a longo prazo.

2024 foi um marco importante para a cia, ao olharmos para a sustentabilidade pela lente financeira, como uma poderosa ferramenta de gestão de riscos. Iniciamos um processo com nossas lideranças, avançando em discussões profundas sobre como a exposição a questões ambientais e sociais, como o aumento das regulamentações de carbono, as mudanças nas preferências dos clientes por fornecedores responsáveis e as potenciais crises de imagem, representam riscos tangíveis que podem impactar diretamente a nossa receita e reputação. O trabalho segue sendo feito por uma consultoria independente, mas já trouxe resultados muito importantes, para consolidar a visão de longo prazo do negócio. Além disto, contribuiu para orientar nossos investimentos, baseados em prioridades alinhados com os riscos e exposições, dos quais o negócio esta sujeito, ou avaliamos como uma oportunidade. Realizamos **02** encontros mensais, num total de **12** ao longo do ano, engajando nossos times internos e explorando as variáveis relacionados aos riscos, o que nos proporcionou grande aprendizado e amadurecimento da gestão.



Ao integrar a sustentabilidade em sua estratégia de negócios, as empresas não apenas contribuem para um futuro melhor, mas também criam valor financeiro e garantem seu lugar em um mercado cada vez mais exigente.

Heloíza Prado  
CFO Grupo Tour House

# ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

O Grupo Tour House, uma empresa familiar com mais de 30 anos de história no mercado de viagens corporativas, turismo de lazer e eventos, adotou um modelo de governança corporativa robusto, alinhado às melhores práticas do mercado e às recomendações do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). Essa iniciativa não apenas fortalece a empresa, mas também a prepara para o futuro, garantindo sua longevidade.

A governança na Tour House se baseia em princípios fundamentais que buscam um equilíbrio entre a tradição familiar e a profissionalização. A empresa pauta sua atuação pela transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa, com compromisso de melhoria contínua e foco em ESG (Ambiental, Social e Governança). Nossa modelo de negócio integra a sustentabilidade em toda a cadeia de valor, pois reconhecemos sua importância para um melhor desempenho financeiro e a longevidade da empresa.

Nossa estrutura de Governança está direcionada da seguinte forma:

- **Conselho de Administração:** Como órgão máximo de decisão, o Conselho de Administração é composto por conselheiros independentes, que trazem uma visão externa e a experiência em outras indústrias. Essa diversidade de perspectivas garante que as decisões sejam tomadas de forma imparcial e estratégica, considerando os interesses de longo prazo da empresa.
- **Comitês de Apoio:** O Conselho de Administração é auxiliado por comitês especializados, como os de finanças, auditoria e recursos humanos. Esses comitês analisam temas específicos em profundidade, o que agiliza as tomadas de decisão e assegura que a empresa atue de forma responsável e eficiente.

# PILARES DE GOVERNANÇA

A governança corporativa é o conjunto de princípios, regras e processos que garantem a boa gestão do Grupo Tour House, alinhando os interesses de todos os nossos stakeholders. Em 2024 reforçamos nossas ações para maior transparência, equidade, accountability e responsabilidade corporativa, com política que norteiam a nossa cultura e a forma como atuamos para dentro e para fora.

Além de capacitar nossos times nas políticas atuais, disseminando as boas práticas, evoluímos na criação da **Política de Sustentabilidade**, em linha com o trabalho que vem sendo construído na direção de mapear as práticas e ações em sustentabilidade, baseadas em uma agenda de desenvolvimento do negócio pautada pela integração entre os aspectos econômicos, ambientais, sociais, de governança, ESG, e de relacionamento com seu ecossistema.

## 01 - Gestão de Risco, Controles Internos e Compliance

## 02 - Política de Sustentabilidade

## 03 - Política de Direitos Humanos - Diversidade e Inclusão

## 04 - Código de Conduta para Fornecedores

## 05 - Privacidade e Segurança de Dados

## 06 - Código de Ética e Conduta

## 07 - Compras Sustentáveis

## 08 - Investimento Social Privado

## 09 - Política de Brindes, Presentes e Hospitalidade

**08** workshops  
com média de  
**102**  
colaboradores  
participantes  
em cada sessão

A empresa também conduziu campanhas de comunicação interna, workshops e trilhas de conhecimento para disseminar o Código de Conduta Ética e demais políticas, bem como os canais de Ética. Também revisou e atualizou contratos com fornecedores, incluindo cláusulas anticorrupção e de práticas sustentáveis. Ao todo foram conduzidos **08** treinamentos com foco no fortalecimento da cultura ética e responsável.

Para saber mais - acesse <https://tourhouse.com.br/esg/etica/>

# CÓDIGO DE CONDUTA E ÉTICA

O Código de Conduta e Ética da Tour House contém uma série de práticas derivadas dos valores e princípios que a empresa adota como mentores de sua atividade e constitui-se como uma ferramenta eficaz para a administração de conflitos em toda a sua amplitude. Sendo um conjunto de normas que visa ainda estabelecer os princípios pelos quais o Grupo trabalha e orienta seus colaboradores em relação as condutas a serem seguidas. Este documento serve como um guia, que embora oriente a conduta sobre situações específicas, não esgota o tema. A falta de uma instrução específica, não prevista neste código, não isenta os indivíduos de seguirem seus princípios. As disposições do Código de Conduta se aplicam a: (a) diretoria, gerência e funcionários (b) seus conselheiros de administração e consultores (c) fornecedores e clientes (d) terceiros em geral. São tarefas do Comitê de Conduta e Ética a interpretação e aplicação destas normas, monitorar a tarefa de divulgação e disseminação do Código e se encarregar de suas atualizações, cabendo nesse caso a aprovação final do Conselho de Administração, que estará presente e apoiará em todo o momento estas atividades.

## Princípios:

- A Tour House guia sua relação com clientes baseada em valores e princípios éticos fundamentados na honestidade, lealdade e justiça.
- Busca o constante aprimoramento de seus processos e serviços, utilizando modernas práticas para melhoria dos padrões de qualidade, redução de custos e satisfação dos clientes.
- É dever da Tour House a manutenção da confidencialidade das informações confiadas a ela pelos clientes, seja ou não, em função de contrato de serviços.
- É terminantemente proibido o pagamento para qualquer pessoa com o objetivo de facilitar a venda de nossos serviços, mesmo que isso custe a perda da oportunidade de negócios;
- Nenhum Colaborador será penalizado devido ao atraso ou perda de negócios causadas pela sua recusa em pagar suborno;
- A Tour House reserva-se o direito de encerrar qualquer relação comercial sempre que seus interesses não estiverem sendo atendidos ou esta relação representar qualquer tipo de risco legal, social ou de imagem.

# OUVIDORIA E CANAL DE DENÚNCIA

O Grupo Tour House sempre se pautou pela busca contínua de um ambiente de trabalho ético, transparente e seguro. Acreditamos que o crescimento sustentável de uma empresa está diretamente ligado ao bem-estar e à confiança de todos que fazem parte da nossa jornada: nossos colaboradores, clientes, fornecedores e a comunidade em geral. Neste sentido, em 2024 após um processo de análise detalhado, contratamos a NV Consultoria, com mais de 30 anos de experiência em gestão corporativa e certificação de qualidade, para fazer a gestão da nossa ouvidoria e atendimento ao canal de denúncia, de maneira isenta. Essa decisão reforça nosso compromisso em oferecer um ambiente cada vez mais seguro e inclusivo. A contratação de uma consultoria externa garante um canal de comunicação mais imparcial, confidencial e independente, onde qualquer pessoa pode relatar suas preocupações, sugestões ou incidentes de forma segura, sem receio de retaliação. Acreditamos que a experiência e a seriedade da NV Consultoria trarão uma nova camada de confiança e profissionalismo para nossos processos internos. Este é um investimento no nosso futuro, fortalecendo a cultura de transparência que buscamos construir diariamente.

O novo processo de ouvidoria e canal de denúncia, foi implementado em abril de 2024, e a partir deste novo modelo foram registradas um total de **15** denúncias, que se desdobraram da seguinte forma:

Outrossim, um forte trabalho de divulgação interna sobre o processo, acompanhado de comunicação, segue de forma recorrente em todas as áreas e em todos os níveis da operação.

A seguir o link do canal de ouvidoria e denúncia.

<https://tourhouse.com.br/quem-somos/canal-de-denuncia/>

**07 registros incorretos  
não de competência da  
ouvidoria**

**07 denúncias foram  
confirmadas e resultaram  
em suspensão, advertência,  
feedback e letramento**

**01 denúncia encontra-se  
em processo de  
investigação**

# PRIVACIDADE E SEGURANÇA DE DADOS

Possuímos uma Política de Privacidade e Proteção de Dados, que abrange de forma completa todas as situações de tratamento de informações. Ela contempla tanto o papel de controladora, quando tratamos dados de nossos colaboradores, quanto o de operadora, quando realizamos o tratamento de dados de clientes corporativos.

Essa política reúne todas as diretrizes relacionadas à coleta, uso, armazenamento, compartilhamento e eliminação de dados pessoais, garantindo total transparência e conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e com as melhores práticas da norma ISO 27001.

Entre as medidas adotadas estão controles de acesso com autenticação multifator, uso de criptografia para proteger dados pessoais, monitoramento constante dos sistemas, treinamentos recorrentes sobre privacidade e segurança e procedimentos formais de gestão de incidentes e confidencialidade.

A política é revisada periodicamente e reflete o compromisso da Tour House em manter a segurança da informação e a proteção de dados como pilares da nossa cultura organizacional.

**Link da nossa política:** [tourhouse.com.br/lgpd](http://tourhouse.com.br/lgpd)



The screenshot shows the 'Política de Privacidade da Tour House' (Privacy Policy) page. At the top, there's a navigation bar with links to 'Quem Somos', 'Serviços e Soluções', 'Nossa Gente', 'Parceiros', 'ESG', 'Podcast - PodEmbarcar', 'LGPD', and 'Contato'. Below the navigation, there are social media icons for Facebook and LinkedIn. The main content area has a dark blue header with the title 'Política de Privacidade da Tour House' and a sub-section 'Introdução'. The text in this section explains the policy's purpose regarding data collection, usage, and sharing, mentioning compliance with LGPD and ISO 27001. Below this, there are sections titled 'Coleta, Uso, Armazenamento e Compartilhamento de Dados Pessoais', 'Coleta de Dados Pessoais', and 'Uso de Dados Pessoais'. The 'Coleta de Dados Pessoais' section contains a paragraph about collecting essential personal data for services like travel and corporate events, emphasizing transparency and ethics. The 'Uso de Dados Pessoais' section is partially visible at the bottom.

Esta Política de Privacidade descreve como coletamos, usamos, armazenamos e compartilhamos dados pessoais, os direitos dos titulares, a transparência no tratamento dos dados, o consentimento necessário e as medidas adotadas para garantir a conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil, bem como as boas práticas de segurança da informação conforme a norma ISO 27001.

# GESTÃO DE RISCO

A construção da matriz de risco, um instrumento crucial para a gestão estratégica, foi um processo de cocriação iniciado em 2024 e que se aprofunda em 2025. Esse trabalho não se limitou a uma tarefa técnica, mas sim a um exercício de colaboração e alinhamento entre as principais lideranças da organização. O passo inicial, dado em 2024, foi a identificação da necessidade de uma visão unificada sobre os riscos. Em vez de delegar essa responsabilidade a uma única área, optou-se por um modelo de cocriação, reunindo diretores e gerentes de diferentes setores. O objetivo era claro: construir uma matriz que refletisse a realidade complexa da empresa, incorporando a experiência e o olhar de cada área. As sessões de trabalho em 2024 foram marcadas por debates intensos e construtivos. A troca de perspectivas permitiu que a matriz fosse além de uma lista de ameaças genéricas, tornando-se um documento vivo e contextualizado. A contribuição de cada líder foi fundamental para mapear riscos que, isoladamente, poderiam não ser percebidos, como gargalos operacionais, desafios de mercado e vulnerabilidades tecnológicas. A chegada de 2025 trouxe consigo o desafio de aprimorar o que foi construído. A matriz de risco não é um documento estático. A dinâmica do mercado e as mudanças internas exigem que ela seja revisada e atualizada. Atualmente, o processo de aprimoramento foca em:

## Nossa abordagem à Segurança da Informação e Privacidade de Dados

A segurança da informação e a privacidade de dados são prioridades e adotamos uma abordagem abrangente para proteger as informações que nos são confiadas.

### Nossos princípios

- Proteção e Confidencialidade: Garantimos a proteção e a confidencialidade de todas as informações que tratamos, sejam elas de clientes, parceiros ou colaboradores.
- Integridade e Transparência: Não toleramos práticas ilícitas. Proibimos pagamentos indevidos para obter vantagens comerciais e nenhum colaborador será penalizado por se recusar a participar de tais atividades.
- Compromisso com o Negócio Responsável: Avaliamos continuamente nossos parceiros e nos reservamos o direito de rescindir contratos que representem riscos legais ou de imagem para nossa empresa.

Nos comprometemos a proteger a privacidade e os direitos dos titulares de dados, agindo como controlador e operador. Detalhes sobre o tratamento de dados pessoais, uso de cookies e cache estão disponíveis na Política de Privacidade Geral em nosso site : <https://tourhouse.com.br/politica-de-privacidade/>

# CAPITAL SOCIAL



- Colaboração
- Nossa Causa
- Diversidade e Inclusão
- Nossa Gente
- Gestão da Cadeia de Fornecimento
- Maturidade ESG na Cadeia de Fornecimento
- Responsabilidade Social



## NOSSA GENTE

O turismo é um importante motor econômico, gerando emprego e renda. No Grupo Tour House, acreditamos que o sucesso do setor depende das pessoas. Por isso, valorizamos nossos colaboradores e impulsionamos seu potencial, promovendo um ambiente de trabalho inovador, diversificado e seguro.

Nossos programas de desenvolvimento refletem nosso compromisso com a diversidade, com metas claras para atrair e reter talentos, especialmente em relação a raça e gênero. Buscamos ter 50% de líderes não brancos até 2030 e aumentar em 20% a presença de pessoas LGBTQIAPN+.

Acreditamos que o emprego formal no setor pode ser uma ferramenta de empoderamento. Estamos em constante evolução, promovendo a conscientização e inovando nossos processos para ser uma marca empregadora que valoriza e acolhe a todos.

## Movidos pela transformação

Trabalhar de forma colaborativa é o alicerce para construir negócios mais éticos e responsáveis, onde a união de valores e talentos cria um futuro em que o sucesso é medido não apenas pelo lucro, mas também pelo impacto positivo que geramos no mundo.

# Nossa Gente

## Perfil da nossa gente

Total de colaboradores em todo o Grupo Tour House em 2024 (Base CENSO Ago. 2024)

**194**

Total de mulheres

**120**

Total de homens

**69**

Total de mulheres que se declaram pretas e pardas

**41**

Total de homens que se declaram pretos e pardos

**20**

Faixa etária 18 à 30 anos

**68 colaboradores**

Faixa etária 31 à 50 anos

**101 colaboradores**

Faixa etária 51 à 70 anos

**20 colaboradores**

**66%**

Total de mulheres brancas

**71%**

Total de homens brancos

**34%**

Total de mulheres pretas e pardas

**29%**

Total de homens pretos e pardos

# INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

O Grupo Tour House se orgulha de ir além da excelência em serviços de viagens e eventos corporativos. Acreditamos que o sucesso de uma empresa está diretamente ligado ao bem-estar da comunidade em que ela atua, por isso, nos dedicamos a construir uma sociedade mais justa e equitativa.

Mais do que uma responsabilidade, o compromisso social é um valor fundamental que guia nossas ações. Somos movidos pela convicção de que, ao unir forças e recursos, podemos transformar vidas e construir um futuro mais promissor para todos. Cada projeto que apoiamos é um reflexo do nosso desejo de ser uma força positiva no mundo.

Investir em pessoas e comunidades é a nossa maneira de retribuir à sociedade, criando um legado de esperança e impacto duradouro. Em 2024, investimentos em projetos que acreditamos gerar valor para a sociedade e são eles:

---

**Total Investimento Social  
Privado - Capital Próprio  
em reais**

**44.087,00**

---

**Total Investido por Projetos em reais**

<b>Amigos do Bem</b>	<b>21.000,00</b>
<b>Grupo Mulheres do Brasil</b>	<b>10.000,00</b>
<b>Fundação Abrinq</b>	<b>6.684,00</b>
<b>Graacc</b>	<b>6.403,00</b>

---

**Total de crianças atendidas** **460**

# AÇÕES SOCIAIS

Anualmente reforçamos nosso apoio em temáticas que são extremamente valiosas para nós, como a conscientização sobre o autocuidado, valorização da diversidade, inclusão e equidade e desenvolvimento de pessoas. A seguir apresentamos um pouco das ações mais relevantes, realizadas em 2024, fortalecendo uma cultura, inclusivam criativas e cuidadora, que rege nossas ações sociais para fora e para dentro da empresa.



## WEBINAR: DIA INTERNACIONAL DA MULHER

Reforçamos o papel fundamental e força da mulheres, como profissionais e a importância do protagonismo feminino para o negócio. No total **51 mulheres** participaram do webnair.



## OUTUBRO ROSA: A IMPORTÂNCIA DO AUTOCUIDADO

**270 profissionais diversos**, participaram da Campanha Outubro Rosa, que contou com diversas ações ao longo do mês como palestras, entregas de kits explicativos e mensagens.



## SKAL: EQUIDADE NO TURISMO

**60 pessoas**, participaram do evento organizado pela Skal International Brasil, cujo o tema principal abordado foi a equidade no setor. O Grupo Tour House, se destacou pela promoção contínua do tema dentro de sua organização e também para sua cadeia de valor.



## COMBATE A VIOLÊNCIA CONTRA MENINAS E MULHERES

O Grupo Tour House é um apoiador frequente das ações realizadas peloa Grupo Mulheres do Brasil, no enfrentamento a violência contra meninas e mulheres. O evento que acontece todo ano em novembro, reune cerca de mais de **40 mil mulheres** em diversas cidades do Brasil e mais cerca de **10 mil**, em outros países, onde o GMBD possuí núcleos.

# DIVERSIDADE E INCLUSÃO

No Grupo Tour House, a inclusão e o respeito são valores essenciais. Nossa missão é promover um ambiente de trabalho que valorize e celebre a diversidade em todas as suas formas: cor, sexualidade, identidade, religião e etnia. Para o setor de turismo e eventos corporativos, a diversidade significa inovação, pluralidade de idéias e capacidade de criar novas soluções para o negócio.



## POSICIONAMENTO TOUR HOUSE

Lançamos em 2024 nosso primeiro Relatório de Responsabilidade Socioambiental e convidamos nossos principais clientes para comunicar nossa agenda ESG, reforçando o compromisso com a sustentabilidade.



## DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Ao longo de 2024 seguimos com nossa agenda de Diversidade e Inclusão, promovendo ações de conscientização. Foram **06** eventos ao longo do ano com a participação de **120 colaboradores** por workshop.



## EQUIDADE DE GÊNERO

Apostamos na equidade de gênero, como alavanca para reduzir desigualdades sociais e econômicas. Em 2024 crescemos nosso quadro de mulheres em cargos de liderança e hoje temos também, uma mulher entre os sócios.



## FORTELECIMENTO DA CULTURA INCLUSIVA

Anualmente realizamos nossa convenção que entre os objetivos principais, está o fortalecimento da nossa cultura inclusiva. Fortalecemos ações de engajamento e conscientização. Em 2024, participaram da convenção, **180 colaboradores**.

# GESTÃO DE FORNECEDORES

A gestão de fornecedores passou em 2024, por uma transformação significativa, com foco em uma abordagem mais estratégica e consciente. Uma das iniciativas mais importantes foi o mapeamento detalhado da nossa cadeia de fornecimento, indo além dos critérios tradicionais de custo e qualidade. Essa análise permitiu a criação de um programa de acompanhamento e suporte customizados para cada grupo de fornecedor, com dois objetivos principais:

- Aumentar a eficiência da gestão.
- Impulsionar as práticas de ESG (Ambiental, Social e Governança) na cadeia de valor.

Como objetivo esperado, o Grupo Tour House deseja influenciar os fornecedores, independente do tamanho e segmento, na adoção de práticas com maior ética e responsabilidade socioambiental, transformando a gestão de fornecedores em um pilar estratégico para o crescimento de toda a cadeia. Ao todo foram mapeados **05** principais categorias de fornecedores:

Categorias	Grande Porte	Médio Porte	Pequeno Porte	Total de Fornecedores
Corporativo	15	71	234	320
Eventos	143	423	1.402	1.968
Administrativo	07	15	22	44
Recursos Humanos	07	05	09	21
Tecnologia	15	13	06	34

# MATURIDADE ESG NA CADEIA DE FORNECIMENTO

Posterior ao mapeamento da nossa cadeia de fornecimento, o passo seguinte para elevar o nível de maturidade ESG e integrar os critérios na rotina dos times de supply, para além das avaliações tradicionais, foi o de construir uma metodologia para mensurar as práticas socioambientais dos fornecedores, com questões diferenciadas conforme porte e segmento. O Grupo Tour House, tem clareza de que não se pode avaliar igualmente todos os fornecedores, uma vez que estão em momentos diferentes do negócio, em setores que por vezes, as práticas podem estar mais consolidadas e outros nem tanto. A metodologia possuí um compilado de perguntas baseadas nos principais frameworks de sustentabilidade como GRI - SASB - Instituto Ethos e Pacto Global, classificadas por viabilidade técnica em aderência as conformidades. Uma vez estabelecida a metodologia, iniciamos o processo de engajamento dos fornecedores. A comunicação é um fator crítico de sucesso nessa etapa, onde optamos por comunicar via e-mail e em reuniões formais. A seguir as temáticas avaliadas:

## Dimensões ESG

## Temas Avaliados

### Ambiental

Gestão de Resíduos	Consumo de Energia	Consumo de Água	Emissões de Gases de Efeito Estufa
--------------------	--------------------	-----------------	------------------------------------

### Social

Saúde e Segurança do Trabalho	Diversidade e Inclusão	Práticas Justas de Trabalho	Gestão da Cadeia de Fornecimento
-------------------------------	------------------------	-----------------------------	----------------------------------

### Governança

Políticas de Governança	Ética nas relações comerciais	LGPD	Relatório de Sustentabilidade
-------------------------	-------------------------------	------	-------------------------------

A combinação de perguntas e respostas gera um **Score ESG**, onde avaliamos qual o nível de maturidade de cada fornecedor em relação a temas que consideramos críticos na relação para com o Grupo Tour House. A partir deste processo, está sendo possível criar ações para disseminar a consciência sustentável na cadeia de valor, que segue em um processo contínuo.

# RESPONSABILIDADE SOCIAL

O Grupo Tour House considera a educação um pilar essencial para o desenvolvimento. Em 2020, em meio à pandemia, criamos o Instituto Educatodos com a missão de apoiar jovens do ensino médio. A ideia nasceu do engajamento e compromisso com o desenvolvimento social, por parte do nosso presidente Carlos Prado. Com o Instituto Educatodos, o Grupo Tour House reforça seu compromisso com a responsabilidade social, investindo no futuro e na formação de jovens para que se tornem agentes de mudança. O Projeto tem como meta impactar **5000** alunos da rede pública e elevar a nota do **IDEB** para **7.5%** nas regiões onde o projeto é implementado.

Além disso, o instituto oferece uma plataforma em parceria com a Umentor, especialista em desenvolvimento de conteúdo e ensino com mais de 260 cursos extracurriculares que complementam a grade escolar tradicional. O objetivo é ajudar os alunos a desenvolver novas habilidades, os preparando para o mercado de trabalho, de forma simples e inclusiva.



## PLATAFORMA UMENTOR

A plataforma contempla cursos de soft e hard skills; faz avaliação do desempenho individualizado e por grupos sobre o aprendizado, gera feedbacks, cria plano individualizado por interesse de aprendizagem, além de emitir o certificado e ajuda na confecção dos currículos para que o aluno se sinta seguro de partir para o mercado de trabalho.

Toda a interface com a escola para engajar no programa Educatodos é feita por uma consultora pedagógica e membros da Tour House que se dedicam ao projeto.

# CAPITAL AMBIENTAL

- Inventário de Emissões de GEE
- Compensação de Emissões
- Ações Ambientais
- Gestão de Resíduos

# INVENTÁRIO DE EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA

O Grupo Tour House realizou o inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa referente ao ano de 2024. O inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) é o instrumento gerencial que permite avaliar o impacto de uma organização sobre o sistema climático global. A Eccaplan, responsável pela elaboração do inventário, realizou o levantamento e identificação das fontes emissoras, analisou os valores de cada fonte e realizou os cálculos de acordo com as metodologias adequadas, considerando o GHG Protocol. Foram contemplados neste inventário os escopos 2 e 3. As emissões de Escopo 2 (Fontes Indiretas de Energia) foram de **7,32 tCO2eq** e as emissões do Escopo 3 (Outras Fontes Indiretas) **49,59 tCO2e**.

## Indicador : Emissões Totais ano

2023 = 18,49%

2024 = 56,91%

ESCOPO	CATEGORIA	TCO2EQ	%
ESCOPO 2	Eletricidade (abordagem de localização)	7,32	13
ESCOPO 3	Viagens a Negócios	49,59	87
TOTAIS	Soma das duas categorias =	56,91	100

Tabela 1 - Emissões em tCO2eq por escopo ou categoria. Informações respondem GRI 305-1; 305-2; 305-3

# COMPENSAÇÃO DE EMISSÕES DE GEE

O Grupo Tour House, é a primeira agência de viagens brasileira a realizar a neutralização do carbono de sua operação. O setor de turismo é responsável por cerca de **8,1%** da emissão global de CO<sub>2</sub>. Projeções indicam que, até 2035, esse número poderá chegar a **16%**. A interdependência do setor com a natureza o coloca em uma posição única para atuar como um guardião ambiental. A compensação de emissões de gases de efeito estufa justifica-se pela necessidade de mitigar o impacto climático do setor. A medida é uma forma de equilibrar as emissões inevitáveis de CO<sub>2</sub>, financiando projetos que ajudem a remover gases de efeito estufa da atmosfera ou a prevenir novas emissões. Paralelo a compensação, estimulamos nossa cadeia de valor a mensurar suas emissões e sempre que possível mitigar ou compensar. Para alguns subsegmentos do setor de serviços, a mitigação nem sempre é possível financeiramente e até mesmo tecnicamente. A compensação vem como um instrumento de colaboração importante. A seguir, nosso certificado de compensação e a rastreabilidade do projeto incentivado.



O Terrus Carbon Coffee é um projeto inovador de agricultura regenerativa no Brasil, auditado sob o padrão Carbon Fair Standard, que utiliza uma tecnologia inovadora desenvolvida pela Quanticum para manejo de solo. Essa tecnologia nacional e pioneira permite o aumento da quantidade de carbono capturada e armazenada no solo, além da redução da emissão de gases de efeito estufa das práticas agrícolas. Com o projeto mais de **20 mil toneladas de carbono** já foram capturadas da atmosfera, e mais de **200** pessoas beneficiadas.

# AÇÕES AMBIENTAIS

Como um dos líderes do turismo e eventos corporativo na América Latina, o Grupo Tour House reforça seu compromisso com ações socioambientais que vão além do negócio. Temos a responsabilidade de sermos agentes de mudança, promovendo a conscientização e a sustentabilidade em todas as nossas operações. O grupo otimiza processos para reduzir a pegada de carbono e apoia projetos ambientais. Para nós, a sustentabilidade é a base do nosso negócio e do futuro do setor.



## PLANTIO DE ÁRVORES

Evento HSM trabalhou além dos aspectos humanos os aspectos ambientais com o plantio de **130 mudas** entre os participantes.



## DIA MUNDIAL DA ÁGUA

**280 profissionais** participaram da palestra sobre Uso Consciente da Água e ganharam pela participação, redutores de água para suas residências.



## NEUTRALIZAÇÃO DE EMISSÃO DE GEE EM EVENTO CORPORATIVO

**25 tCo2eq** foram neutralizadas no evento da Abav Travel SP que contou com a presença de **3mil** pessoas. O projeto incentivado foi Terrus Carbon Coffee que pode ser acessado pelo site: <https://www.carbonfair.com.br>

# GESTÃO DE RESÍDUOS

Atualmente, realizamos a separação de resíduos recicláveis em todas as unidades da empresa, garantindo o correto manejo interno. O descarte dos resíduos é realizado por meio da administração do condomínio onde estamos instalados, seguindo as normas locais de coleta e destinação.



## RESÍDUOS DE ESCRITÓRIO

Em 2024 nossas unidades juntas, geraram **12 kilos** de resíduos plásticos que foram separados e coletados pela administração dos condomínios onde estamos, cuja a destinação seguir para cooperativas de recilagem.



## RESÍDUOS EM EVENTOS CORPORATIVOS

Para os eventos realizados pelo Grupo Tour House, sugerimos aos clientes parceiros a gestão de resíduos de maneira a atender a Política Nacional de Resíduos Sólidos.

# RECONHECIMENTOS

**Coordenação  
Geral**

**Comitê de  
Sustentabilidade  
Grupo Tour House**

---

**Consultoria ESG  
Redação, Edição  
e Projeto Gráfico**

**Roseli Nogueira Machado**

**Fotos**

**Acervo Grupo Tour House  
Banco de  
imagens  
Kamaji Ogino**