



Grupo Piñero registou uma faturação de 819 milhões de euros em 2018

Os principais marcos da empresa no ano passado foram a inauguração de sucesso do seu estabelecimento número 27, o Fantasia Bahia Principe Tenerife, e o reforço da sua estratégia baseada em três pilares: digitalização, equipa humana e experiência do cliente

25 DE JANEIRO DE 2019 - Grupo Piñero, líder do grupo de turismo familiar no segmento de férias nas Caraíbas, registou uma faturação consolidada de 819 milhões de euros em 2018, segundo ano consecutivo e a segunda vez na sua história o limiar de 800 milhões de euros em vendas.

Por unidades de negócio, Living Resorts, que agrega as atividades hoteleiras, residenciais e de golfe da empresa, faturou 573 milhões de euros que representaram 70,1% do total do grupo; por sua parte, a unidade Travels, que integra o operador turístico Soltour e a marca de serviços de receptivos Coming2, obteve vendas de 238 milhões que representaram 29% do total.

No ano passado, o Grupo Piñero investiu 106 milhões de euros na abertura do vigésimo quinto hotel Bahia Principe Hotels & Resorts, localizado em Tenerife, na reforma completa de outro estabelecimento na República Dominicana e em iniciativas destinadas a melhorar a eficiência e transformar digitalmente a empresa.

Encarna Piñero, CEO do Grupo Piñero, destacou que "em 2019 vamos apostar numa política de reinvestimento focado em melhorar a nossa eficiência e diferenciar o nosso produto, e continuaremos a transformar digitalmente a nossa organização. Para ser uma empresa sustentável, que gere os seus recursos eficientemente, precisamos de meios económicos e tecnológicos, mas acima de tudo, de uma equipa humana motivada que compartilha a nossa visão".

Em 2018, a atividade da empresa continuou a ter a sustentabilidade como um fio condutor, com a firme convicção de que o grupo deve realizar uma contribuição económica, social e de impacto ambiental positivo nos países em que opera. Nas palavras de Encarna Piñero, "A Integração na nossa estratégia dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e nos princípios do Pacto Global das Nações Unidas têm sido um incentivo para empreender marcos como a obtenção, no ano passado, de certificações ambientais por parte de 19 dos nossos hotéis, que elevam a 23 os estabelecimentos Bahia Principe distinguidos com o prestigioso selo Travelife Gold".

Atividade hoteleira

O principal feito de Bahia Principe Hotels & Resorts em 2018 foi, sem dúvida, a inauguração do Fantasia Bahia Principe Tenerife: o estabelecimento número 25 da cadeia e o 27º do total do grupo, e o primeiro de nova construção em Espanha desde 2003. Inaugurado em Novembro passado, tem 372 quartos, 45.000 m² de superfície e é o primeiro hotel da nova marca Bahia Principe Fantasia, que integrará resorts all-inclusive, temáticos e com instalações, experiências e shows para todas as faixas etárias.

No ano passado, a cadeia reformou e reabriu o Luxury Bahia Principe Ambar, na República Dominicana, terminado dentro de prazo do projeto que deu origem, por exemplo, à incorporação de 144 novos quartos swim-up, a um novo conceito gastronómico e de entretenimento no hotel.

Em termos de reputação online, o Global Review Index TM médio dos seus estabelecimentos - um índice de referência mundial - passou de 86,7 para 90,7%: um aumento notável de quatro pontos percentuais que suporta os altos padrões de serviço da cadeia. No que diz respeito à rede Promoter Score ® (NPS) - outra métrica de referência que calcula a inclinação de um consumidor para recomendar um produto ou serviço numa escala de -100 a 100-, os hotéis de Bahia Principe Hotels & Resorts obtiveram uma pontuação média de 28,3 pontos; 4,3 mais que em 2017. Oito dos seus estabelecimentos também ultrapassaram 40 pontos, e o Luxury Bahia Principe Cayo

Levantado registrou um NPS recorde de 59,7.

Actividade de touroperação e receptivo

Soltour, o operador turístico do Grupo Piñero integrado na sua unidade de negócios Travels, lançou com sucesso em 2018, um voo semanal direto que ligava Madrid à região dominicana de Samaná entre os meses de Junho e Setembro. A rota registou ocupações superiores a 95% e permitiu deslocar mais de 3.200 viajantes para o destino, e a Soltour planeia reeditá-lo em 2019 com capacidades ampliadas. Os clientes da Soltour também mostraram grande aceitação nos novos destinos como Agadir, em Marrocos.

Por sua parte, a Coming2, a divisão de receptivos do grupo, incorporou em Maio, um novo diretor geral, Ricardo Moreno, e registou um bom ano em 2018, servindo um total de 340.000 clientes em Espanha, República Dominicana, México e Jamaica, ambos hospedados em estabelecimentos Bahia Principe Hotels & Resorts, bem como noutras cadeias hoteleiras.

Para mais informação, contacte com:

Rocío Rivas y Patricia González

Román y Asociados

r.rivas@romanyasociados.es | (+34) 679 741 709
p.gonzalez@romanyasociados.es | (+34) 696 853 248

Sobre Grupo Piñero

O Grupo Piñero é um grupo turístico espanhol presente em toda a cadeia de valor da indústria de férias. Ocupa posições de liderança internacional nas Caraíbas e baseia a sua proposta de valor em três pilares: a sua capacidade de gerar confiança; um serviço que tem como objectivo a excelência, a proximidade e atenção aos detalhes; e uma relação qualidade / preço único nos seus diferentes segmentos de atividade. Grupo Piñero, que conta com uma equipa constituída por 15.000 profissionais, gere 9 milhões de estadias turísticas por ano dos clientes de mais de 30 países. Em 2018, registou vendas de 819 milhões de euros.

Grupo Piñero conta com três unidades de negócio: Living Resorts, para a sua atividade hoteleira, residencial e de golf, que integra 27 hotéis e mais de 14.000 quartos na República Dominicana, México, Jamaica e Espanha; Travels, para as marcas de operação turística (Soltour) e receptivo (Coming2); e Serviços, que agrupa outros serviços (transporte sustentável dentro dos complexos, realização de vídeos e reportagens fotográficas, atividades de lazer...).

A estratégia do Grupo Piñero gira em torno de três pilares fundamentais - a digitalização, a equipa humana e a experiência do cliente, e tem a sustentabilidade como um princípio orientador, sob a convicção de que a empresa deve fazer uma contribuição económica, social e ambiental positiva nos países onde opera.