



GRUPO PIÑERO

Nota de prensa

O Grupo Piñero vai investir 60 milhões de dólares na inovação da sua divisão Living Resorts em 2020

- Aplicará 40 milhões de dólares na reforma integral do Hotel Bahia Principe Grand Tulum no México, destino que acaba de cumprir 20 anos.
- Ampliação da oferta do seu operador turístico Soltour, consolidando a sua presença nas Caraíbas com novos circuitos e chegando a novos destinos como Cabo Verde, Egito, Sardenha, Djerba (Tunisia) ou Cartagena das Índias.

Palma de Maiorca. 23 de Janeiro de 2020.- Grupo Piñero, empresa espanhola de turismo com mais de 40 anos de história, enfrenta 2020 com o reforço do seu plano estratégico que evolui com base nos seus três eixos: inovação e desenvolvimento, digitalização e sustentabilidade.

Desta forma, a empresa apostará este ano numa firme política de reinvestimento que dará continuidade aos trabalhos iniciados em 2019, a fim de consolidar os seus produtos e melhorar os seus serviços. Assim, o Grupo Piñero tem prevista a atribuição de cerca de 60 milhões de dólares à sua divisão Living Resorts que abrange a sua atividade hoteleira, residencial e de golf mediante a marca Bahia Principe. Em concreto, dedicará 40 milhões de dólares à reforma integral do Bahia Principe Grand Tulum (México) que deve estar concluída no final do ano e envolverá a remodelação dos seus 978 quartos e áreas comuns.

O restante investimento, que ascende a 20 milhões de dólares, se direccionará na inovação de outras instalações hoteleiras e da vertente residencial na República Dominicana e México. Também investirá na divisão Bahia Principe Golf, através da recente parceria no México com a PGA of America, que reforçará o posicionamento no mercado americano junto a uma das marcas mais poderosas do setor. Com 29.000 associados, a PGA é a organização desportiva mais importante do mundo.

Nas palavras de Jaime Sitjar, Director General de Bahia Principe Residences y Golf: *“Este acordo, reforça a nossa estratégia de continuar a criar vivências emocionantes para os nossos clientes, e também contribui para fortalecer a nossa aposta pelo segmento de golf e pelo crescimento deste desporto nos nossos destinos, assim como posicionar a nossa marca no mercado americano. A partir do mês de Dezembro 2020 estenderemos esta parceria com a PGA às nossas instalações na República Dominicana”.*



GRUPO PIÑERO

Nota de prensa

Relativamente à sua divisão Travels, o Grupo Piñero trabalhará durante 2020 para fortalecer o posicionamento do seu operador turístico Soltour, consolidando a sua presença nas Caraíbas com novos circuitos e chegando pela primeira vez a destinos como Cabo Verde, Egipto, Sardenha, Djerba (Tunisia) ou Cartagena das Índias. Além disso, pelo terceiro ano consecutivo, manterá o voo semanal direto que liga Madrid à região dominicana de Samaná entre Junho e Setembro.

Encarna Piñero, CEO da empresa, destacou que *“atualmente a nossa estratégia está focada em continuar a inovar para consolidar e melhorar as bases de todas as nossas marcas e produtos, que nos levou a ser um dos principais grupos turísticos a nível internacional”*.

Digitalização e sustentabilidade como pilares estratégicos

A sustentabilidade é parte essencial da gestão empresarial da empresa e conta com a intervenção direta da administração. O Grupo Piñero continuará com a sua contribuição para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, promovendo uma gestão responsável em toda a empresa. Para isso, ao longo de 2020 promoverá o desenvolvimento de vários projetos como o Plano de Gestão Integral do Litoral, para alcançar uma gestão sustentável territorial na qual está presente, o Plano de igualdade de oportunidades, com o objetivo de agregar valor à sociedade, e o reforço do seu programa de Empresa Saudável, para melhorar o bem-estar físico, mental e social dos seus mais de 15.000 profissionais e suas famílias.

Além do anterior, em resposta ao seu firme compromisso pela sustentabilidade, a empresa tornou público o seu compromisso de reduzir as emissões de CO₂ em 60% até 2030.

O Grupo Piñero continuará a apostar na digitalização como um meio de crescimento através da aplicação de tecnologias pioneiras, como a inteligência artificial e Big Data com dois objetivos: interagir mais de perto e conhecer melhor os seus clientes e melhorar a sua eficiência.

Um ano de desafios para o sector turístico

O ano de 2019 foi caracterizado pela instabilidade devido a todos os acontecimentos que afetaram a evolução e desempenho de todos os participantes na indústria do turismo. Ainda assim, foi um ano de consolidação para o Grupo Piñero, que prevê fechar com uma faturação de cerca de 800 milhões de euros e no qual as suas duas últimas reformas e aberturas superaram todas as expectativas de ocupação e reputação.

Mais concretamente o Bahia Principe Luxury Ambar, localizado na República Dominicana e cuja reforma envolveu uma reforma de 28 milhões de dólares, encerrou o seu primeiro ano após a reabertura com uma ocupação média anual de 90%, um NPS de 60 pontos e um GRI de 93,4%. Por sua vez, o Bahia Principe Fantasía Tenerife, inaugurado em Novembro de 2019 com um investimento total de 89 milhões de euros, registou uma ocupação anual de 87%, um NPS de 41 pontos e um GRI del 90,3%.



GRUPO PIÑERO

Nota de prensa

Estes dados vão de encontro aos índices médios de reputação obtidos pelos hotéis da sua divisão Living Resorts que, em 2019, obtiveram um GRI de 90,6% e um NPS de 35 pontos. Foram também, reconhecidos com múltiplas distinções de qualidade e prémios atribuídos por canais de venda e plataformas online conceituadas como o TrypAdvisor, Apple Vacations, HolidayCheck ou Booking.com.

Sobre Grupo Piñero

O Grupo Piñero é um grupo turístico espanhol composto por uma equipa de 15.000 profissionais que gere 9 milhões de estadias turísticas por ano de clientes provenientes de mais de 30 países. Com mais de 40 anos de história, mantendo a sua essência 100% familiar, leva a cabo a sua gestão de forma responsável para oferecer a melhor experiência a clientes e funcionários e contribuir ativamente na sociedade, com base num plano estratégico centrado em três eixos: inovação e desenvolvimento, digitalização e sustentabilidade.

Baseia a sua atividade em três unidades de negócio: *Living Resorts*, para a sua atividade hoteleira, que conta com 27 estabelecimentos e mais de 14.000 quartos na República Dominicana, México, Jamaica e Espanha, complexos residenciais e campos de golf; *Travels*, para as suas marcas do operador turístico (Soltour) e recetivo (Coming2); e *Serviços*, que agrupa outros serviços no destino.

Para mais informação:

ATREVIA

Lidia Bravo | Iratxe de la Cámara

lbravo@atrevia.com | idelacamara@atrevia.com

650 72 25 81 | 672 44 71 01