



GRUPO PIÑERO

Nota de prensa

O Grupo Piñero reforça o seu plano estratégico e apresenta a nova imagem da marca

- A companhia evolui no seu compromisso de continuar a oferecer aos seus clientes vivências emocionantes potenciando os seus três pilares: inovação e desenvolvimento, digitalização e sustentabilidade.
- A sua evolução reflete-se na identidade corporativa do Grupo, favorecendo o desenvolvimento futuro das suas marcas e sub-marcas

Palma de Maiorca. 17 de Dezembro de 2019.- O Grupo Piñero, referência no mercado turístico internacional, deu mais um passo rumo ao objetivo de potenciar a sua liderança como companhia responsável. Sob o propósito “Criar vivências emocionantes” para clientes e colaboradores a companhia fortaleceu o seu plano estratégico e criou uma nova identidade corporativa para contribuir para o desenvolvimento e crescimento sustentável do Grupo e de cada uma das suas divisões mantendo a sua essência 100% familiar assente no relevo das gerações e do legado do seu fundador Pablo Piñero.

O Grupo Piñero continuará apoiado nos seus três pilares estratégicos: **Inovação e Desenvolvimento**, sob este levará a cabo projetos globais que potenciem e aproveitem as sinergias entre empresas do grupo, orientados para fornecer mais e melhores espaços para fortalecer a experiência final do cliente; **Digitalização**, com a tecnologia como forma de crescimento através de implementação de ferramentas que permitam uma interação mais estreita e um maior conhecimento dos seus clientes, assim como processos mais eficientes; e **Sustentabilidade**, como compromisso transversal e a longo prazo com o qual contribuirá ativamente para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável determinados pelas Nações Unidas e construir um modelo de negócio rentável e sustentável.

Segundo **Encarna Piñero, CEO do Grupo Piñero**, “*esta evolução responde ao nosso propósito de continuar a criar vivências emocionantes, que é a nossa principal razão de ser. Nos últimos anos fomos adaptando os nossos serviços à procura do mercado e cremos que é o momento de evoluir a nossa estratégia e a nossa imagem para um novo modelo que reflete melhor não somente o que somos hoje como também até onde queremos ir. Tudo isto sem perder de vista de onde vimos e a nossa essência 100% familiar, que nos permitiu tornar-nos numa referência no sector turístico internacional*”.

Nova cultura organizacional

A evolução encetada pelo Grupo Piñero nasce de um projeto interno de organização que se materializa em fluxos e métodos de trabalho renovados, que permitirão ao Grupo manter o seu nível de competitividade enfrentando com êxito os desafios futuros.

Nota de prensa

A melhoria contínua, uma forma de atuar bottom-up e o reconhecimento interno são os elementos chave sobre os quais assentará a sua nova cultura organizacional. Desta forma, o Grupo Piñero aposta claramente na fidelização e atração do talento, ao gerar um entorno de trabalho experiencial e adaptado às novas necessidades dos seus colaboradores. O objetivo final não é outro senão a satisfação dos seus clientes, através do bem-estar dos seus empregados. A sua filosofia é muito clara: empregados felizes fazem clientes felizes.

Nova identidade da marca

Este passo em frente do Grupo Piñero, reflete-se também na sua imagem corporativa renovada através de um novo universo gráfico e logótipo, cujo símbolo engloba agora muitos mais significados.

O sol, que durante 20 anos foi o emblema da companhia, evolui para um novo anagrama equilibrado, simétrico, sólido e ligeiro, que agora também transmite união, trabalho em equipa, dinamismo, excelência e celebração. Deste modo, transcendemos a ideia de “sol e praia” ligado unicamente a férias, associando ao símbolo significados quase infinitos que completam melhor a nova realidade do grupo e a sua diversificação empresarial.

O Grupo Piñero define-se com duas cores principais. Por um lado, o “Dourado”. Nobre, quente, que nunca se deteriora e que permanece ao longo do tempo. A cor do Verão, do êxito, do bem-estar. e o cinza: sombrio, corporativo, elegante e funcional. O equilíbrio perfeito para sustentar o carácter de um grande Grupo que engloba todas as marcas que o compõem.

Este novo conceito torna-se tangível em todas as suas marcas, compartilhando este novo símbolo, dando o toque final no projeto de reorganização da arquitetura das marcas do grupo, que teve início há mais de um ano. Este é o reflexo de como o Grupo contribui para as suas marcas e vice-versa, lançando as bases para o crescimento ideal de cada uma delas.

Para o lançamento deste rebranding implementou-se uma campanha de comunicação, cuja mensagem principal é a que há “Muito para vir”.

<https://grupopinero.com/>

Bahia Principe, muito mais que hotéis

Bahia Principe vai mais além do negócio hoteleiro, razão pela qual o Grupo criou a Masterbrand Bahia Principe, que tomará uma posição destacada na sua estratégia de negócio. Sobre a alçada desta atuação as sub-marcas Bahia Principe Hotels & Resorts, Bahia Principe Residences e Bahia Principe Golf, dando assim maior destaque a cada divisão e promovendo enormes sinergias entre elas.

Os seus produtos convertem-se em destinos únicos não só para férias como também para viver ou investir, com todo o valor diferencial fornecido pela soma de cada uma delas.



GRUPO PIÑERO

Nota de prensa

Sobre o Grupo Piñero

O Grupo Piñero é um grupo turístico espanhol presente em toda a cadeia de valor da indústria turística. Ocupa posições de liderança internacional no segmento de férias e baseia a sua proposta de valor em três pilares: a sua capacidade de gerar confiança; um serviço que aponta à excelência, a proximidade e a atenção ao detalhe; e uma relação qualidade/preço única nos seus distintos segmentos de atividade. Grupo Piñero, que conta com uma equipa constituída por 15.000 profissionais, gere 9 milhões de estadas turísticas por ano, de clientes de mais de 30 países. Em 2018, registamos vendas na ordem dos 819 milhões de euros.

O Grupo Piñero conta com três unidades de negócio: *Living Resorts*, para a sua atividade hoteleira e residencial, na qual conta com 27 estabelecimentos e mais de 14.000 quartos na República Dominicana, México, Jamaica e Espanha, complexos residenciais e campos de golfe; *Travels*, para as suas marcas de operação turística (Soltour) e recetivo (Coming2); e *Serviços*, que agrupa outras vertentes de negócio (transporte sustentável dentro dos complexos, realização de vídeos e reportagens fotográficas, atividades de lazer...).

Com a aplicação da sua estratégia de RSC, o Grupo Piñero está empenhado em ser uma empresa saudável e sustentável: atenta ao bem-estar dos seus profissionais e que realiza uma contribuição económica, social e meio-ambiental positiva nas áreas em que opera.

Para más información:

ATREVIA

Lidia Bravo | Iratxe de la Cámara

lbravo@atrevia.com | idelacamara@atrevia.com

650 72 25 81 | 672 44 71 01