



GRUPO PIÑERO

Nota de prensa

Grupo Piñero invertirá 60 millones de dólares en la innovación de su división Living Resorts en 2020

- Dedicará 40 millones de dólares en la reforma integral del Hotel Bahia Principe Grand Tulum en México, destino en el que acaba de cumplir 20 años.
- Además, ampliará la oferta de su turoperador Soltour, consolidando su presencia en el Caribe con nuevos circuitos y llegando a nuevos destinos como Cabo Verde, Egipto, Cerdeña, Djerba (Túnez) o Cartagena de Indias.

Palma de Mallorca. 23 de enero de 2020.- Grupo Piñero, compañía turística española con más de 40 años de historia, afronta el 2020 con el refuerzo de su plan estratégico que evoluciona en base a sus tres ejes: innovación y desarrollo, digitalización y sostenibilidad.

De esta forma, la compañía apostará este año por una firme política de reinversión que dará continuidad a los trabajos iniciados en 2019, a fin de consolidar sus productos y mejorar sus servicios. Así, Grupo Piñero tiene previsto destinar alrededor de 60 millones de dólares a su división Living Resorts que abarca su actividad hotelera, residencial y de golf bajo la marca Bahia Principe. En concreto, dedicará 40 millones de dólares a la reforma integral del Bahia Principe Grand Tulum (México) que prevé concluir a finales de año y que supondrá la remodelación de sus 978 habitaciones y áreas comunes.

El resto de la inversión, que asciende a 20 millones de dólares, se concentrará en innovar otras instalaciones hoteleras y de sus residenciales de República Dominicana y México. También invertirá en el impulso de la división Bahia Principe Golf, a través de la reciente firma en México con PGA de América, que reforzará el posicionamiento en el mercado americano junto a una de las marcas más potentes de la industria. Con 29.000 asociados la PGA es la organización deportiva más importante del mundo.

En palabras de Jaime Sitjar, Director General de Bahia Principe Residences y Golf: *“Este Acuerdo, refuerza nuestra estrategia de seguir creando vivencias emocionantes para nuestros clientes, y además contribuye a fortalecer nuestra apuesta por el segmento de golf y por el crecimiento de este deporte en nuestros destinos, así como a posicionar nuestra marca en el mercado americano. Además, a partir del mes de diciembre 2020 extenderemos esta alianza con la PGA a nuestras instalaciones de República Dominicana”.*

Asimismo, en lo relativo a su división Travels, Grupo Piñero trabajará durante 2020 en fortalecer el posicionamiento de su turoperador Soltour, consolidando su presencia en el Caribe con nuevos circuitos y llegando por primera vez a destinos como Cabo Verde, Egipto, Cerdeña, Djerba (Túnez) o Cartagena de Indias. Además, por tercer año consecutivo, mantendrá el vuelo semanal directo que conecta Madrid con la región dominicana de Samaná entre junio y septiembre.

Encarna Piñero, CEO de la compañía, ha destacado que *“actualmente nuestra estrategia se centra en continuar innovando para consolidar y mejorar las bases de todas nuestras marcas y productos, que nos han llevado a ser uno de los principales grupos turísticos a nivel internacional”*.

Digitalización y sostenibilidad como palancas estratégicas

La sostenibilidad es parte esencial de la gestión empresarial de la compañía y cuenta con la implicación directa de la alta dirección. Por ello, Grupo Piñero continuará con su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, impulsando la gestión responsable en toda la compañía.

Para ello, a lo largo del 2020 fomentará el desarrollo de varios proyectos como el Plan de Gestión Integral del Litoral, para conseguir un manejo sostenible de los territorios en los que está presente, el Plan de igualdad de oportunidades, con el objetivo de aportar valor en la sociedad, y el refuerzo de su programa de Empresa Saludable, para mejorar el bienestar físico, mental y social de sus más de 15.000 profesionales y sus familias.

Además, en respuesta a su firme apuesta por la sostenibilidad, la compañía ha hecho público su compromiso de reducir las emisiones de CO₂ en un 60% para 2030.

Grupo Piñero seguirá apostando por la digitalización como vía de crecimiento a través de la aplicación de tecnologías pioneras como la inteligencia artificial y el Big Data con dos objetivos: interactuar más estrechamente y conocer mejor a sus clientes y mejorar su eficiencia.

Un año retador para el sector turístico

2019 ha sido un ejercicio caracterizado por la inestabilidad debido a todos los acontecimientos que han afectado a la evolución y desempeño de todos los actores de la industria turística. Aun así, ha sido un año de consolidación para Grupo Piñero, que prevé cerrar con una facturación en torno a los 800 millones de euros y en el que sus dos últimas reformas y aperturas han superado todas las expectativas de ocupación y reputación.

Más concretamente Bahía Príncipe Luxury Ambar, ubicado en República Dominicana y cuya reforma supuso una inversión de 28 millones de dólares, ha cerrado su primer año tras la reapertura con una ocupación media anual del 90%, un NPS de 60 puntos y un GRI del 93,4%. Por su parte, Bahía Príncipe Fantasía Tenerife, inaugurado en noviembre de 2018 con una inversión total de 89 millones de euros, ha registrado una ocupación anual del 87%, un NPS de 41 puntos y un GRI del 90,3%.

Estos datos van en línea con los índices medios de reputación obtenidos por los hoteles de su división Living Resorts que, en 2019, han obtenido un GRI del 90,6% y un NPS de 35 puntos. Además, han sido reconocidos con múltiples distintivos de calidad y premios otorgados por canales de venta y plataformas de reputación online como TrypAdvisor, Apple Vacations, HolidayCheck o Booking.com.



GRUPO PIÑERO

Nota de prensa

Sobre Grupo Piñero

Grupo Piñero es un grupo turístico español integrado por un equipo de 15.000 profesionales que gestiona 9 millones de estancias turísticas al año de clientes procedentes de más de 30 países. Con más de 40 años de historia, mantiene su esencia 100% familiar y lleva a cabo su gestión de forma responsable para ofrecer la mejor experiencia a clientes y empleados y contribuir activamente al conjunto de la sociedad, en base a un plan estratégico centrado en tres ejes: innovación y desarrollo, digitalización y sostenibilidad.

Estructura su actividad en tres unidades de negocio: *Living Resorts*, para su actividad hotelera, que cuenta con 27 establecimientos y más de 14.000 habitaciones en República Dominicana, México, Jamaica y España, complejos residenciales y campos de golf; *Travels*, para sus marcas de turoperación (Soltour) y receptivo (Coming2); y *Services*, que agrupa otros servicios en destino.

Para más información:

ATREVIA

Lidia Bravo | Iratxe de la Cámara

lbravo@atrevia.com | idelacamara@atrevia.com

650 72 25 81 | 672 44 71 01