

Grupo Piñero registró una facturación de 819 millones de euros en 2018

Los principales hitos de la compañía el pasado año fueron la exitosa inauguración de su establecimiento número 27, el Fantasia Bahia Principe Tenerife, y el refuerzo de su estrategia basada en tres pilares: digitalización, equipo humano y experiencia del cliente

25 DE ENERO DE 2019.- Grupo Piñero, grupo turístico familiar líder en el segmento vacacional en el Caribe, registró una facturación consolidada de 819 millones de euros en 2018, superando por segundo ejercicio consecutivo y segunda vez en su historia el umbral de los 800 millones de euros en ventas.

Por unidades de negocio, *Living Resorts*, que aglutina la actividad hotelera, residencial y de golf de la compañía, facturó 573 millones de euros que representaron el 70,1% del total del grupo; por su parte, la unidad *Travels*, que integra al turoperador Soltour y a la marca de servicios de receptivo Coming2, obtuvo unas ventas de 238 millones que supusieron el 29% del total.

El pasado ejercicio, Grupo Piñero invirtió 106 millones de euros en la apertura del vigesimoquinto hotel de Bahia Principe Hotels & Resorts, situado en Tenerife, en reformar íntegramente otro establecimiento en República Dominicana, y en iniciativas orientadas a mejorar la eficiencia y transformar digitalmente a la compañía.

Encarna Piñero, CEO de Grupo Piñero, ha apuntado que “en 2019 apostaremos por una política de reinversión enfocada a la mejora de nuestra eficiencia y a la diferenciación de nuestro producto, y seguiremos transformando digitalmente nuestra organización. Para ser una empresa sostenible, que gestione de manera eficiente sus recursos, necesitamos medios económicos y tecnológicos, pero sobre todo un equipo humano motivado que comparta nuestra visión”.

La actividad de la compañía ha seguido teniendo en 2018 a la sostenibilidad como hilo conductor, bajo el firme convencimiento de que el grupo debe realizar una contribución económica, social y medioambiental positiva en los países en los que opera. En palabras de Encarna Piñero, “la integración en nuestra estrategia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y de los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas han sido un estímulo para acometer hitos como la obtención el pasado año de certificaciones ambientales por parte de 19 de nuestros hoteles, que elevan a 23 los establecimientos de Bahia Principe distinguidos con el prestigioso sello Travelife Gold”.

Actividad hotelera

El principal hito de Bahia Principe Hotels & Resorts en 2018 ha sido sin duda la inauguración del Fantasia Bahia Principe Tenerife: el establecimiento número 25 de la cadena y 27 del cómputo total del grupo, y el primero de nueva construcción en España desde 2003. Inaugurado el pasado mes de noviembre, cuenta con 372 habitaciones, 45.000 m² de superficie y se trata del primer hotel de la nueva marca Bahia Principe Fantasia, que integrarán resorts ‘todo incluido’, tematizados y con instalaciones, experiencias y espectáculos para todas las franjas de edad.

El pasado ejercicio, la cadena reformó y reabrió también el Luxury Bahia Principe Ambar, en República Dominicana, culminando en calendario un proyecto que ha dado pie, por ejemplo, a la incorporación de 144 nuevas habitaciones *swim up* o a un nuevo concepto gastronómico y de entretenimiento en el hotel.

En términos de reputación online, el Global Review Index™ medio de sus establecimientos –un índice de referencia mundial– ha pasado del 86,7 al 90,7%: un notable aumento de cuatro puntos porcentuales que avala los altos estándares de servicio de la cadena. Por lo que respecta al Net Promoter Score® (NPS) –otra métrica de referencia que calcula la inclinación de un consumidor a recomendar un producto o servicio en una escala de -100 a 100–, los hoteles de Bahia Principe

Hotels & Resorts han obtenido una puntuación media de 28,3 puntos: 4,3 más que en 2017. Ocho de sus establecimientos han superado además los 40 puntos, y el Luxury Bahia Principe Cayo Levantado ha registrado un NPS récord de 59,7.

Actividad de turoperación y receptivo

Soltour, el turoperador de Grupo Piñero integrado en su unidad de negocio *Travels*, lanzó con éxito en 2018 un vuelo semanal directo que conectó Madrid con la región dominicana de Samaná entre los meses de junio y septiembre. La ruta registró ocupaciones superiores al 95% y permitió trasladar a más de 3.200 viajeros al destino, y Soltour prevé reeditarla en 2019 con capacidades ampliadas. Los clientes de Soltour también mostraron una gran aceptación hacia nuevos destinos como Agadir, en Marruecos.

Por su parte, Coming2, la división de receptivo del grupo, incorporó en mayo a un nuevo director general, Ricardo Moreno, y registró un buen ejercicio en 2018, dando servicio a un total de 340.000 clientes en España, República Dominicana, México y Jamaica, alojados tanto en establecimientos de Bahia Principe Hotels & Resorts como de otras cadenas hoteleras.

Para más información, contacta con:

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

Grupo Piñero es un grupo turístico español presente en toda la cadena de valor de la industria vacacional. Ocupa posiciones de liderazgo internacional en el Caribe y basa su propuesta de valor en tres pilares: su capacidad de generar confianza; un servicio que persigue la excelencia, la cercanía y la atención al detalle; y una relación calidad/precio único en sus distintos segmentos de actividad. Grupo Piñero, que cuenta con un equipo integrado por 15.000 profesionales, gestiona 9 millones de estancias turísticas al año de clientes de más de 30 países. En 2018, registró unas ventas de 819 millones de euros.

Grupo Piñero cuenta con tres unidades de negocio: *Living Resorts*, para su actividad hotelera, residencial y de golf, que integra a 27 hoteles y más de 14.000 habitaciones en República Dominicana, México, Jamaica y España; *Travels*, para sus marcas de turoperación (Soltour) y receptivo (Coming2); y *Services*, que agrupa otros servicios (transporte sostenible dentro de complejos, realización de vídeos y reportajes fotográficos, actividades lúdicas...).

La estrategia de Grupo Piñero gira en torno a tres pilares fundamentales –la digitalización, el equipo humano y la experiencia del cliente–, y tiene a la sostenibilidad como hilo conductor, bajo el convencimiento de que la compañía debe realizar una contribución económica, social y medioambiental positiva en los países en los que opera.