

TUI garantizó el regreso seguro de todos sus clientes en marzo de 2026



10.000



clientes de TUI Group en la región del Golfo

1.500



tripulantes y empleados en la region

La exitosa operación de repatriación incluyó
38 vuelos especiales

38



Paquetes turísticos: la mayor protección

AGENDA POLÍTICA

Junio de 2026 – edición española

El turismo en la Unión Europea	
Mejorando la competitividad del sector	1
Entrevista con Mirjam Chlouba	
"Todos nuestros clientes están volviendo a casa"	2
Conflicto en Oriente Medio	
Una respuesta coordinada a la crisis	4
Cruceros fluviales	
Las rutas fluviales generan valor local	5
La IA en TUI	
Los objetivos de la UE se materializan	6
ONU Turismo y la TUI Care Foundation	
Impulsando el turismo rural en África	7
En cifras	
El Grupo TUI en España	8
TUI GROUP	
Contáctese con nosotros	9

El turismo en la Unión Europea

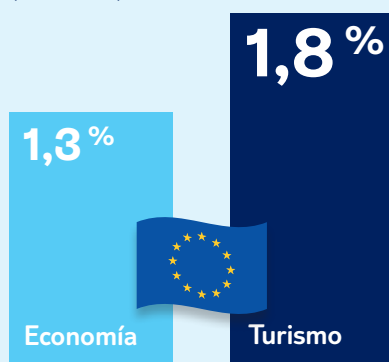
MEJORANDO LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

El turismo representa el 10 % del PIB europeo y proporciona empleo y sustento a 25 millones de personas. Sin embargo, las empresas turísticas europeas afrontan una creciente presión competitiva. La regulación europea les impone cargas que no siempre soportan sus competidores de Estados Unidos o Asia. Al mismo tiempo, la falta de desarrollo de infraestructura dificulta la transición ecológica, mientras que el exceso de burocracia dificulta el despliegue de los fondos para inversión de manera efectiva. TUI identifica varios ámbitos en los que es necesario actuar.

El turismo como un motor de desarrollo

El sector del turismo en la Unión Europea tiene un potencial de crecimiento significativamente mayor que el conjunto de la economía. El prerrequisito para ello es que existan condiciones acordes.

Previsión de crecimiento medio anual (2025-2035):



Fuente: WTTC

Una regulación desigual genera distorsiones competitivas

Como operador de paquetes turísticos, y de acuerdo a la regulación de la Unión Europea, TUI proporciona a sus clientes amplias garantías de protección al consumidor. Estas incluyen la protección frente a insolvencias, la asistencia y repatriación en situaciones de crisis o la posibilidad de cancelar sin coste en casos de fuerza mayor. Sin embargo, las plataformas digitales, especialmente aquellas con sede en Estados Unidos, no están sujetas a las mismas obligaciones pese a comercializar productos turísticos similares. Lo mismo que ya se aplica a los alojamientos turísticos de corta duración debería aplicarse también a estas plataformas: cualquier empresa que comercialice servicios turísticos debe estar sujeta a las mismas obligaciones fiscales y regulatorias que los hoteles y los operadores turísticos.

Las trabas para obtener visados frenan el crecimiento

Europa se posiciona como un destino atractivo para viajeros de todo el mundo. Una aspiración, desde ya, legítima. Sin embargo, largos procesos burocráticos entorpecen el proceso. Tal es así que los viajeros procedentes de mercados emisores con gran potencial de crecimiento, como China o India, deben esperar hasta seis semanas para obtener un visado. Mientras tanto, países como Emiratos Árabes Unidos, Tailandia o Turquía los expiden en cuestión de días. Esto se traduce en menos reservas y una menor generación de actividad económica. Por ello, reducir los tiempos de tramitación es también una cuestión de competitividad.

La aviación europea compite con una carga de costes Desigual

Las distorsiones competitivas también son evidentes en el transporte aéreo. Entre ellas, la obligación europea de incorporar combustibles sostenibles de aviación (SAF, por sus siglas en

inglés) genera, en muchos casos, costes adicionales para los vuelos de larga distancia. Tomemos como ejemplo un vuelo entre Ámsterdam y Cancún, México. Mientras que TUI debe cumplir con la cuota obligatoria de SAF para todo el trayecto, las aerolíneas no europeas que operan con escalas en centros de conexión como Estambul o Dubái sólo están obligadas a hacerlo durante el primer tramo del viaje. Más aún, mientras que el SAF se encuentra disponible en aeropuertos como Ámsterdam, su disponibilidad es prácticamente inexistente en destinos clave para el turismo europeo como Palma de Mallorca o Heraclión. Esta situación dificulta enormemente la planificación de la descarbonización de las flotas. La Unión Europea debe coordinar internacionalmente los requisitos relacionados con el SAF y destinar los ingresos procedentes del régimen de comercio de derechos de emisión (ETS) al desarrollo de este mercado.

Inversión en infraestructura

La transición energética también transformará la industria de los cruceros. TUI Cruises ya se ha preparado para ello y, por ejemplo, ha equipado toda su flota con capacidad para conectarse a la red eléctrica en puerto. Sin embargo, gran parte de los puertos del Mediterráneo todavía carecen de esta infraestructura, por lo que su desarrollo es una prioridad urgente. Algo similar sucede con la electrificación del transporte terrestre de TUI en los destinos turísticos, donde también nos encontramos con importantes obstáculos. En muchos mercados no existe suficiente disponibilidad de electricidad renovable, las redes eléctricas no están adaptadas a las nuevas necesidades y sigue habiendo una escasez de puntos de recarga rápida para vehículos pesados.

Entrevista con Mirjam Chlouba

“**TODOS NUESTROS CLIENTES ESTÁN VOLVIENDO A CASA**”

Febrero de 2026: tras el estallido del conflicto con Irán, el espacio aéreo de la región del Golfo se cierra. Miles de clientes de TUI quedan varados. Aquí conversamos con Mirjam Chlouba, quien dirige el equipo de gestión de crisis de TUI en Hannover, sobre cómo fue el seguimiento de la situación, cómo funcionaban los puentes aéreos de repatriación y cuál es el valor añadido de los paquetes de viajes.

La gestora de crisis

Mirjam Chlouba es Directora de Gestión de Crisis para Alemania, Austria y Suiza en TUI Alemania y dirige el equipo de gestión de crisis desde 2021. Se incorporó al Grupo en 1998, trabajando en el servicio de asistencia de emergencia de la marca 1-2-Fly. Forma parte del equipo corporativo de gestión de crisis desde 2004 y, desde entonces, ha coordinado la respuesta de TUI ante situaciones tan diversas como la nube de ceniza volcánica de 2010, la pandemia de coronavirus o el conflicto en la región del Golfo en 2026.



Sra. Chlouba, volviendo al 28 de febrero de 2026: ¿cuándo se dio cuenta de que era necesario activar el equipo de gestión de crisis?

La primera llamada llegó a primera hora del sábado desde Israel. Teníamos clientes allí y habían sonado las sirenas antiaéreas. Logramos evacuarlos por vía terrestre hacia Egipto. Pocas horas después, todo el espacio aéreo de la región del Golfo quedó cerrado.

Sin embargo, TUI consiguió repatriar a sus clientes desde la región del Golfo.

¿Cómo fue posible?

Los principales aeropuertos de conexión de Dubái y Abu Dabi estaban completamente paralizados; no operaba ningún vuelo. Sin embargo, sabíamos que en Al Ain, a unos 130 kilómetros de Dubái, existe un pequeño aeropuerto en pleno desierto: una terminal, una única cinta de equipajes y un quiosco. Decidimos enviar allí nuestros propios aviones. Volaron vacíos hasta Al Ain y regresaron a Creta con pasajeros a bordo. Desde allí, nuestros clientes pudieron continuar su viaje de regreso utilizando vuelos regulares. El esfuerzo de organización fue enorme.

¿Cómo gestionaron las autorizaciones de vuelo?

Debido al cierre generalizado del espacio aéreo, cada vuelo requería una autorización especial. Además, como también utilizamos aeronaves matriculadas en el Reino Unido, fue necesario obtener permisos previos para que pudieran aterrizar en la Unión Europea. En una operación de este tipo todo debe funcionar de forma perfectamente coordinada: la aerolínea, los equipos de seguridad, los guías turísticos sobre el terreno y los hoteles, que prepararon almuerzos para llevar para nuestros clientes durante su traslado al pequeño aeropuerto. Sin este trabajo conjunto no habríamos podido repatriar a tantas personas con tanta rapidez. Esa capacidad de coordinación y trabajo en equipo es una de las grandes fortalezas de TUI.

¿También había cruceros de TUI en la región?

Dos cruceros de nuestra flota Mein Schiff se encontraban en la región cuando comenzaron las hostilidades. También en este caso, nuestra máxima prioridad fue repatriar a los aproximadamente 5.000 pasajeros lo antes posible, algo que conseguimos antes del 17 de marzo. Posteriormente, los buques permanecieron en la zona con una tripulación reducida, ya que el estrecho de Ormuz era intransitable. No fue hasta el 18 de abril, cuando se abrió una ventana de oportunidad, que pudieron abandonar la región, siempre en estrecha coordinación con las autoridades.

Una operación de estas características supone costes importantes.

¿Quién los asume?

En una situación de crisis, los precios se disparan, tanto para los vuelos chárter como para el alojamiento hotelero. Nosotros asumimos la mayor parte de esos costes. Y ello a pesar de que la obligación legal de sufragar los gastos de alojamiento solo se extiende durante unos pocos días. En TUI nunca hemos pedido a nuestros clientes que asuman estos costes en una situación de crisis. Es un compromiso con el que siempre hemos cumplido.

El equipo de gestión de crisis de TUI

Solo en Alemania, los 15 profesionales de TUI Crisis Management y TUI Operations supervisan de forma permanente todos los destinos del Grupo en el mundo, las 24 horas del día. Cada incidente -ya sea un accidente de tráfico, una catástrofe natural o una crisis política- se clasifica mediante un sistema de alertas por colores que va del verde al rojo. En situaciones de emergencia graves, se activa el equipo de gestión de crisis de TUI para Alemania, Austria y Suiza (GAS) formado por unas 40 personas, así como especialistas de distintas áreas del Grupo, entre ellas las aerolíneas, los hoteles, los equipos de guías turísticos, IT, el departamento jurídico y el de comunicación. Durante la crisis de Oriente Medio, que dio lugar a una alerta roja, miles de empleados de TUI participaron en la respuesta operativa.

¿Por qué TUI no canceló los viajes a la región con antelación?

Mi equipo y yo supervisamos la situación de seguridad en nuestros destinos las 24 horas del día. Las recomendaciones de viaje emitidas por el Ministerio de Asuntos Exteriores constituyen la principal referencia jurídica, especialmente en materia de cancelaciones, que están estrictamente reguladas por la normativa sobre viajes combinados. En este caso, la recomendación de viaje no se emitió hasta aproximadamente las 18:30 del 28 de febrero, cuando los ataques aéreos ya estaban en pleno desarrollo. Para entonces, nuestro equipo de gestión de crisis ya trabajaba a pleno rendimiento.

Las crisis son cada vez más frecuentes. ¿Qué implica esto para usted y su equipo?

En veinte años he vivido cinco alertas rojas: la nube de ceniza volcánica, la pandemia de COVID-19, grandes oleadas de huelgas y, ahora, la crisis en la región del Golfo. Su frecuencia va en aumento. Por ello, seguimos invirtiendo de forma continua en personal, sistemas y formación. La gestión de crisis ya no es una situación excepcional, sino una competencia esencial para cualquier empresa turística con presencia internacional. Esta realidad también debería reflejarse en el ámbito político, tanto en materia de protección de los consumidores como en el reconocimiento de los viajes combinados como una de las formas de viajar más seguras y fiables.

Cronología de la respuesta a la crisis el 28 de febrero

8.00 a.m.	Alerta por los ataques aéreos contra Irán. TUI organiza la salida por vía terrestre de sus clientes en Israel
8.30 a.m.	Información sobre el cierre del espacio aéreo en la región del Golfo. TUI permite cancelaciones gratuitas para los viajes a las zonas afectadas
11.00 a.m.	Evaluación del número de clientes afectados: solo en la región del Golfo se ven afectados alrededor de 10.000 clientes del Grupo TUI
1.00 p.m.	Se activa el equipo de gestión de crisis de TUI GAS. Se facilita la primera información a los clientes en destino. TUI cancela de forma proactiva los viajes a los países afectados. Los primeros clientes de TUI, especialmente aquellos procedentes de Extremo Oriente que debían hacer escala en la región del Golfo, son reubicados en rutas aéreas alternativas.
6.00 p.m.	Los gobiernos emiten advertencias de viaje para todos los países afectados. TUI analiza las distintas opciones de repatriación.

“Esta noche hemos alcanzado otro hito importante en la organización de conexiones aéreas adicionales para nuestros clientes de viajes combinados. Desde el pequeño aeropuerto de Al Ain, en los Emiratos Árabes Unidos, hemos logrado establecer una conexión hasta Hannover vía Heraclión utilizando nuestros aviones de medio radio. Quisiera expresar un agradecimiento especial a nuestros compañeros de las cinco aerolíneas nacionales del Grupo, que colaboraron estrechamente para llevar a cabo las comprobaciones de seguridad necesarias para TUI Airline y hacer posible la planificación de los vuelos en coordinación con las autoridades competentes. Al mismo tiempo, queremos agradecer a nuestros clientes su paciencia y comprensión durante su viaje de regreso.”



Sebastian Ebel
CEO de TUI Group
8 de marzo de 2026



Conflicto en Oriente Medio

UNA RESPUESTA COORDINADA A LA CRISIS

La escalada del conflicto en Oriente Medio también ha afectado al turismo en el Mediterráneo oriental y meridional. Sin embargo, Turquía, Egipto y Chipre -destinos clave para el turismo emisor europeo- han demostrado una notable capacidad de resiliencia. La forma en que han gestionado esta situación puede servir de referencia para otros destinos.



“La cuestión para ministros e inversores no es si el turismo se recuperará, sino con qué rapidez decidirán crear las condiciones para que esa recuperación sea posible.”

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) analizó en mayo de 2020 cuatro décadas de datos sobre crisis a escala mundial. La conclusión es clara: ningún gran destino turístico ha sufrido nunca un colapso permanente. La recuperación es la norma y su velocidad depende, en gran medida, de la calidad de la respuesta política.

Reservar con flexibilidad, viajar con seguridad

La modalidad Dynamic Packaging (inglés para “Paquetes Dinámicos”) de TUI combina flexibilidad y personalización con la máxima protección jurídica. Los viajeros pueden combinar libremente vuelos, hoteles y traslados, manteniendo en todo momento la cobertura prevista por la Directiva europea sobre viajes combinados. Para los destinos turísticos, esto significa recibir visitantes que cuentan con el respaldo directo de TUI en caso de crisis. También supone una ventaja para los gobiernos de los mercados emisores: como organizador del viaje combinado o paquete de viaje, TUI asume legalmente la responsabilidad de prestar asistencia y organizar el regreso de los viajeros, evitando que estas tareas recaigan sobre las autoridades públicas.

¿Qué tienen en común estos países? Sus autoridades reaccionaron con rapidez y mantuvieron una estrecha coordinación con los principales actores del sector, entre ellos TUI Group. Gracias a ello, han logrado crear las condiciones necesarias para favorecer la recuperación. Entre los factores más importantes destacan:

- **Garantizar las conexiones aéreas esenciales:** las autoridades han apoyado a aerolíneas y operadores turísticos para que mantuviesen abiertas las principales rutas internacionales. Cuando ha sido necesario, se han realizado ajustes específicos en las rutas para evitar zonas sensibles, respetando en todo momento los más altos estándares de seguridad.
- **Apoyo al sector aéreo:** los gobiernos han puesto en marcha medidas específicas de apoyo a las aerolíneas, incluyendo incentivos a la operación, reducciones temporales de tasas y apoyo operativo. Esto ha permitido mantener precios competitivos pese a las dificultades y contribuir a la estabilidad del ecosistema turístico.
- **Mayor flexibilidad en la oferta hotelera:** los hoteles de Turquía, Egipto y Chipre han introducido condiciones de reserva más flexibles, incluyendo plazos de cancelación ampliados y opciones de cambio de reserva, ofreciendo así mayor tranquilidad y flexibilidad a los viajeros.
- **Comunicación proactiva:** las autoridades turísticas han comunicado de forma rápida, clara y profesional. Las medidas de seguridad se explicaron con detalle y se proporcionó información actualizada de manera continua, garantizando la transparencia. Esto ha contribuido a evitar cancelaciones innecesarias y a que las decisiones de viaje se basen en información contrastada.

TUI: un socio fiable en tiempos de crisis

Turquía, Egipto y Chipre están gestionando el impacto del conflicto en Oriente Medio mediante medidas coordinadas, específicas y pragmáticas. Un elemento clave ha sido la colaboración basada en la confianza entre gobiernos, autoridades y empresas del sector turístico, como TUI Group.

Sobre esta base, podemos contribuir a mantener la estabilidad de estos destinos incluso en contextos especialmente complejos.

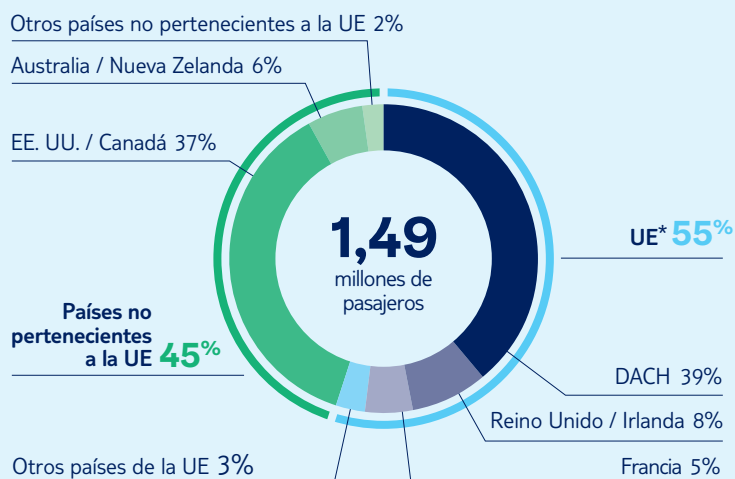
Cruceros fluviales

LAS RUTAS FLUVIALES GENERAN VALOR LOCAL

La popularidad de los cruceros fluviales sigue creciendo. En 2025, alrededor de 1,5 millones de pasajeros viajaron en cruceros fluviales por Europa, un 8 % más que el año anterior. Para mantener esta dinámica de crecimiento y garantizar que Europa siga beneficiándose de un turismo receptivo de alto valor añadido, es necesario invertir en puertos, infraestructuras energéticas y vías navegables.

Los cruceros fluviales, un imán para el turismo internacional

Origen de los pasajeros de cruceros fluviales en Europa (2025)



* Incluye el Reino Unido. Fuente: IG River Cruise

Un motor económico para las regiones

La ruta Rin-Mosela de TUI River Cruises, por ejemplo, hace escala en localidades como Riol, Cochem y Bernkastel-Kues, municipios donde el turismo constituye uno de los principales motores de la economía local.



Los cruceros fluviales europeos atraen a viajeros de todo el mundo. Más de la mitad proceden de Norteamérica, el Reino Unido, Asia y Australia. Se trata de un segmento de clientes especialmente interesado en experiencias de alta gama y en descubrir la cultura y la oferta local de forma auténtica. Esto genera importantes beneficios para las comunidades situadas a lo largo de las rutas fluviales. Por ejemplo, los pasajeros de cruceros que navegan por el Danubio gastan de media alrededor de 30 euros por persona durante sus excursiones en tierra, principalmente en comercios y establecimientos de hostelería.

TUI invierte en Europa

TUI River Cruises, una marca exclusiva para el mercado británico diseñada específicamente para los viajeros del Reino Unido, forma parte de esta historia de crecimiento y continúa ampliando su oferta en el Rin, el Meno y el Danubio, así como en rutas por los Países Bajos y Bélgica. A partir de 2027, TUI River Cruises también operará en Portugal. Uno de los hitos más destacados será la incorporación del TUI Luzia, el primer barco de nueva

construcción de la marca. La embarcación ha sido encargada al astillero neerlandés Concordia Damen, que además ha recibido contratos para otras dos nuevas construcciones. De este modo, TUI River Cruises contribuye activamente al fortalecimiento de la industria naval europea. La compañía también mantiene un firme compromiso con la sostenibilidad: toda su flota europea está preparada para conectarse a sistemas de suministro eléctrico en puerto allí donde esta infraestructura esté disponible. Además, los nuevos barcos previstos a partir de 2028 estarán diseñados para operar con combustibles alternativos, como el metanol.

Para seguir impulsando el crecimiento del sector y reforzar la generación de valor económico en las regiones ribereñas, es imprescindible contar con infraestructuras modernas y sostenibles. Entre las prioridades destacan:

- **Ampliar las infraestructuras de atraque:** en los destinos más demandados se necesitan más puntos de atraque fiables y operativos. Esto permitirá reducir la presión sobre los destinos turísticos más populares y abrir nuevas oportunidades para el desarrollo de rutas.
- **Impulsar el suministro eléctrico en puerto:** la flota europea de TUI River Cruises está preparada para utilizar electricidad en puerto. Para que los barcos puedan reducir sus emisiones durante las escalas, es necesario ampliar esta infraestructura a lo largo de las principales vías fluviales europeas.
- **Garantizar vías navegables fiables:** los canales de navegación, las esclusas y otros puntos críticos deben mantenerse y modernizarse. Unas vías navegables fiables son esenciales para asegurar horarios estables y fomentar inversiones a largo plazo en embarcaciones fluviales modernas.

La IA en TUI

LOS OBJETIVOS DE LA UE SE MATERIALIZAN

Con su estrategia Apply AI, la Comisión Europea ha lanzado un mensaje claro: la inteligencia artificial debe integrarse con mayor rapidez en los sectores estratégicos de la economía. TUI ya está llevando esta visión a la práctica en el sector turístico, no como un proyecto piloto, sino como una parte integral de su estrategia empresarial.

El potencial de la inteligencia artificial en la UE

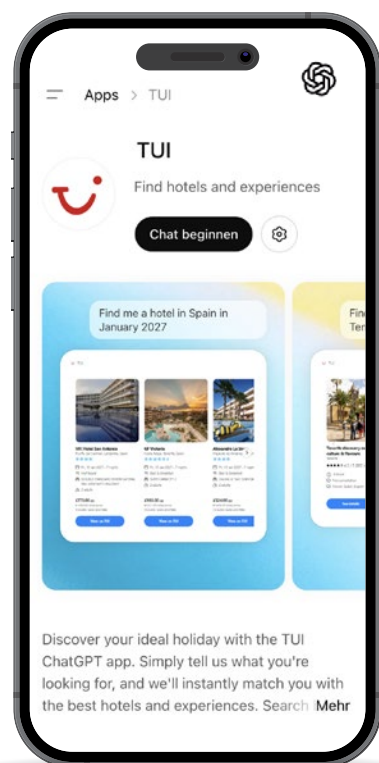


Fuentes: Implement Consulting Group / Google; Banco de Pagos Internacionales (BIS)

Como grupo turístico europeo, TUI se ha fijado un objetivo ambicioso: convertirse en una empresa AI-first. La implementación de esta estrategia ya está en marcha. Equipos especializados en prototipado de inteligencia artificial trabajan junto a expertos internos para desarrollar nuevos productos, automatizar procesos e integrar esta tecnología en plataformas globales. Un ejemplo de ello tuvo lugar el 6 de octubre de 2025, cuando OpenAI anunció sus planes para integrar aplicaciones en ChatGPT. Apenas nueve días después, TUI ya contaba con un primer prototipo funcional y, desde finales de abril de este año, la solución está disponible para los usuarios. Quienes utilizan la aplicación de TUI en ChatGPT pueden recibir recomendaciones de hoteles, experiencias y, próximamente, viajes completos directamente dentro del chat, con acceso directo a la reserva. Ya durante la primera semana se registraron consultas procedentes del Reino Unido, Alemania y los países nórdicos. Para TUI, esto abre un canal completamente nuevo con acceso potencial a más de 900 millones de usuarios activos cada semana.

Pionera

TUI fue una de las primeras empresas en integrar una aplicación en ChatGPT.



Un asistente de viaje impulsado por IA

Al mismo tiempo, TUI está desarrollando un asistente de viaje basado en inteligencia artificial para acompañar a los clientes después de la reserva. Este nuevo servicio digital combina los datos de viaje de cada cliente con información local actualizada en tiempo real, desde recomendaciones de restaurantes hasta la planificación de rutas entre distintos destinos. De este modo, los itinerarios se convierten en experiencias dinámicas y personalizadas. Un elemento especialmente valioso es que la IA no depende de información estática, sino que se alimenta de datos geolocalizados actualizados de forma continua. Esto permite a TUI ofrecer información fiable y reducir el riesgo de las denominadas «alucinaciones» de la inteligencia artificial. El servicio se lanzó en mayo y ha sido desarrollado en colaboración con Google. Es una muestra más de cómo TUI está incorporando la inteligencia artificial generativa a sus productos de forma sistemática.

El marco regulatorio debe evolucionar al mismo ritmo

TUI también está desplegando la inteligencia artificial a gran escala dentro de la organización. Solo en los primeros cuatro meses de este año, más de 8.000 empleados han completado formaciones específicas sobre el uso de herramientas Copilot en el entorno laboral. Sin embargo, el rápido crecimiento de las aplicaciones de inteligencia artificial también requiere el respaldo de los responsables políticos. Con la estrategia Apply AI, Europa ha dado un paso importante para acelerar la adopción de la IA en sectores económicos estratégicos. Ahora es fundamental impulsar una política de innovación que refuerce a las empresas europeas en el uso práctico de la inteligencia artificial, fomente el desarrollo orientado a las oportunidades y garantice que la aplicación de los requisitos regulatorios no frene la innovación. Solo así Europa podrá mantener el ritmo de los actores líderes de Estados Unidos y China y consolidar soluciones europeas propias en el mercado.

ONU Turismo y la TUI Care Foundation

IMPULSANDO EL TURISMO RURAL EN ÁFRICA

El turismo es uno de los principales motores de crecimiento de África. El sector representa aproximadamente el 7 % del PIB del continente y genera millones de empleos. Sin embargo, gran parte de su potencial sigue sin desarrollarse. Por ello, ONU Turismo y la TUI Care Foundation han puesto en marcha una iniciativa conjunta destinada a apoyar a las comunidades rurales y fortalecer la creación de valor a nivel local.

El proyecto tiene un carácter innovador: por primera vez, ONU Turismo proporciona financiación directa y asistencia técnica a cinco organizaciones no gubernamentales en cuatro países africanos a través del programa Small Grants Programme, desarrollado en colaboración con la TUI Care Foundation. La iniciativa se centra en los artesanos y artesanas locales. Además del apoyo financiero, los participantes reciben asistencia práctica en ámbitos como el desarrollo de productos, los estándares de calidad y la comercialización, con el turismo como uno de sus principales mercados potenciales. Estos son los cinco primeros proyectos seleccionados:

“Esta primera convocatoria del programa Tourism for Rural Development Small Grants, impulsada gracias al apoyo de la TUI Care Foundation, refleja nuestro compromiso con un turismo liderado por las comunidades locales en las zonas rurales. Los proyectos seleccionados crean oportunidades concretas para creativos y emprendedores de la África rural. No solo contribuyen al empoderamiento económico de las comunidades, sino que también refuerzan el papel del turismo como motor del desarrollo rural.”

Shaikha Alnuwais
Secretaria General de ONU Turismo

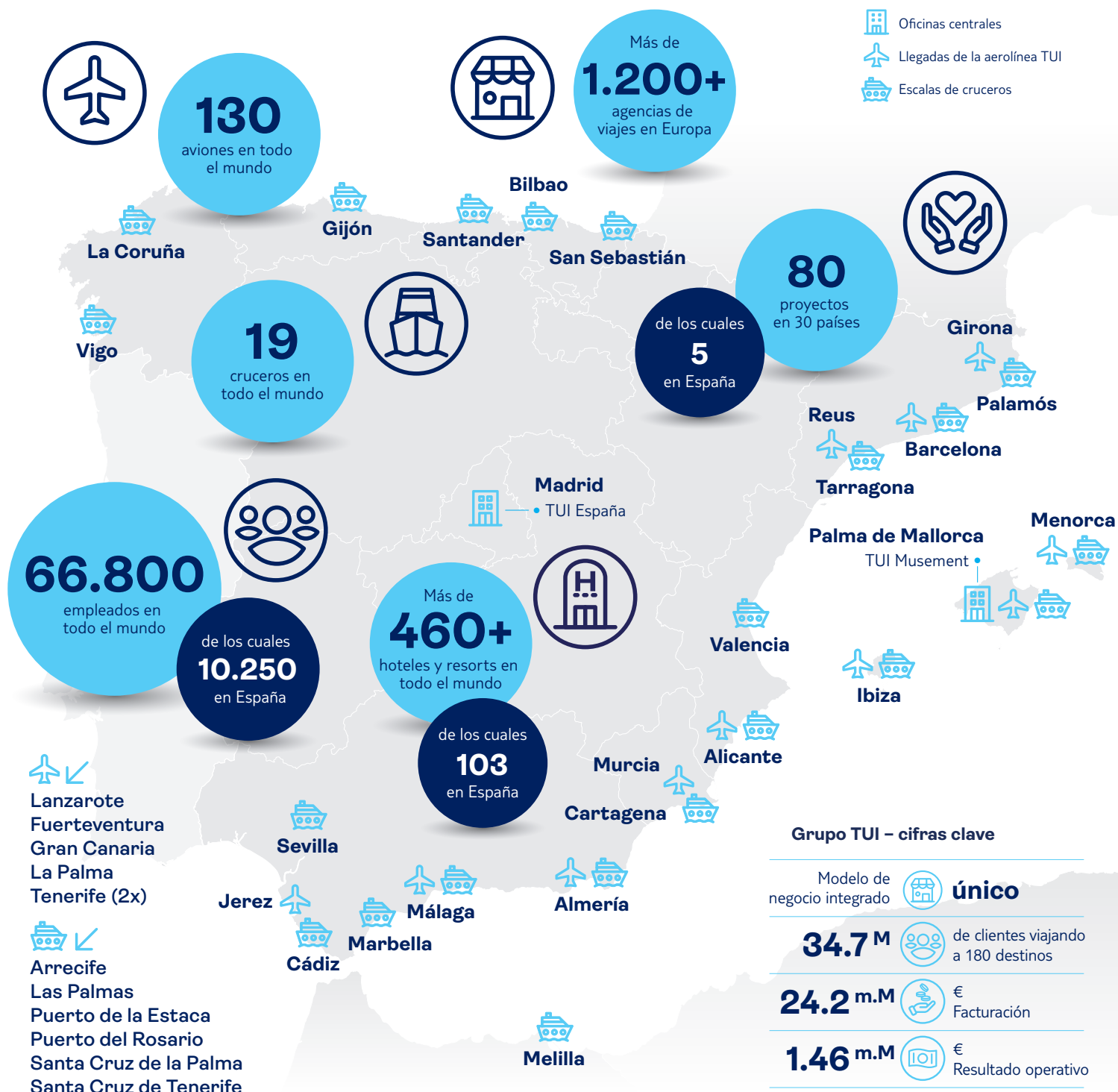
- **Mozambique:** apoyo a artesanos y artesanas de las comunidades situadas alrededor del Parque Nacional de Gorongosa, con especial atención a las personas con discapacidad. Más del 60 % de los participantes son mujeres.
- **Namibia:** basado en la comunidad indígena khwe, el proyecto refuerza las artes tradicionales mediante formación en desarrollo de productos y narrativas culturales. Además, se está creando un centro cultural en el Parque Nacional de Bwabwata que servirá como punto de encuentro y referencia para la comunidad.
- **Ruanda I:** hasta 100 participantes, en su mayoría jóvenes y mujeres, reciben formación en artes visuales y emprendimiento. Al mismo tiempo, obtienen acceso al mercado turístico para comercializar sus productos con éxito.
- **Ruanda II:** el proyecto combina la conservación de la naturaleza con el desarrollo turístico en el bosque de Busaga. Entre las iniciativas previstas se incluyen visitas guiadas al bosque que incorporarán encuentros con artesanos y artesanas locales.
- **Tanzania:** mujeres y jóvenes de la comunidad masái reciben formación en artesanía y servicios turísticos. El objetivo es transformar el patrimonio cultural en oportunidades económicas sostenibles.



Inicio de la colaboración: Thomas Ellerbeck, Chairman de la TUI Care Foundation, y Shaikha Alnuwais, Secretaria General de ONU Turismo, durante la firma de la iniciativa conjunta en marzo de 2026.

En cifras

EL GRUPO TUI EN ESPAÑA



Grupo TUI – cifras clave

Modelo de negocio integrado		único
34.7 M		de clientes viajando a 180 destinos
24.2 m.M		€ Facturación
1.46 m.M		€ Resultado operativo

TUI GROUP

CONTÁCTESE CON NOSOTROS



Thomas Ellerbeck

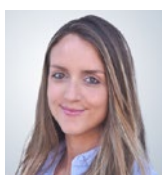
Member of the Group Executive
Committee of TUI Group and
Chairman of TUI Care Foundation
thomas.ellerbeck@tui.com
+49 (0)30 60902060-60



Alexander Panczuk

Group Director Policy & Reputation
of TUI Group and Managing Director
of TUI Care Foundation
alexander.panczuk@tui.com
+49 (0)172 2814983

Oficina corporativa para países de destino



Marie Vandeplassche

Head of Government Relations –
Destinations (West Med & Long Haul)
marie.vandeplassche@tui.com
+34 (0) 663 730 656



Vincent Snauwaert

Head of Government Relations –
Destinations (East Med & Long Haul)
vincent.snauwaert@tuifly.be
+32 (0)492 191331

Oficina corporativa de la UE



Dr. Ralf Pastleitner

Director Public Policy Markets & Airline
Head of the Corporate Office EU
ralf.pastleitner@tui.com
+32 (0)2 3029870



Bernd Hoffmann

Head of Public Policy
Head of the Corporate Office Berlin
bernd.hoffmann@tui.com
+49 (0)170 5666080

Pie de imprenta

Editorial:

TUI Group
Group Corporate & External Affairs
Pariser Platz 6 a | 10117 Berlin
www.tuigroup.com/en/policy

Oficina de Bruselas:

Avenue de Cortenbergh 116
B-1000 Bruselas

Oficina de Berlín:

Pariser Platz 6 a
D-10117 Berlin

Fecha de publicación:

23 de junio de 2026

Agencia asociada:

Köster Kommunikation

