

TUI Spain transforma el *Black Friday* en *Blue Weeks* con un 7% de descuento en todos los viajes de 2025

- **Cambio estratégico alineado con los valores de TUI:** Una campaña que apuesta por la cercanía y el optimismo
- **Primera campaña conjunta para España, Portugal y América Latina:** Promociones adaptadas a cada mercado
- **Tendencias de viaje:** parejas y circuitos, entre los más demandados

Madrid, 21 de noviembre de 2024. - TUI Spain, parte de TUI Group, uno de los grupos turísticos líderes a nivel mundial, presenta las *Blue Weeks*, una campaña que sustituye al tradicional *Black Friday*. Desde el 22 de noviembre y hasta el 2 de diciembre de 2024, los españoles podrán disfrutar de un descuento del 7% en toda la programación de viajes para 2025, ofreciendo opciones para todo tipo de clientes, desde parejas hasta familias.

Este nuevo concepto de *Blue Weeks* refleja un cambio estratégico en la compañía, alineado con un enfoque más cercano y optimista hacia los clientes. Al extender la duración de la campaña a dos semanas, TUI busca ofrecer mayor flexibilidad para planificar las vacaciones. Además, el color azul, distintivo de la marca, simboliza este cambio hacia una comunicación más emocional.

Un perfil de cliente diverso con preferencias claras

Las *Blue Weeks* no solo representan un momento clave para las reservas anticipadas, sino que también revelan interesantes patrones en el comportamiento de los viajeros en España y Portugal. Durante estas semanas promocionales, las ventas aumentan un 50% en comparación con otros periodos del año, destacando una preferencia por los circuitos de 7 a 10 días, ideales para explorar destinos en profundidad.

El perfil de los clientes que aprovechan estas ofertas es diverso, pero las parejas lideran con más del 50% de las reservas, muchas de ellas destinadas a viajes de luna de miel para el año siguiente. También son significativas las reservas realizadas por familias y grupos de amigos, que buscan experiencias diseñadas para compartir y disfrutar juntos.

Destinos estrella en media y larga distancia

Durante campañas promocionales similares, los viajeros de España y Portugal han mostrado un creciente interés por destinos que combinan cultura, naturaleza y aventura reflejando una preferencia por viajes enriquecedores que permiten conectar con el entorno y vivir experiencias auténticas. En media distancia, los destinos más reservados durante el último *Black Friday* de 2023 por los españoles fueron Finlandia, Alemania, Italia, Turquía y Grecia, reflejando una evolución frente a las preferencias previas a la pandemia, cuando Noruega, Egipto, Jordania, Finlandia y Marruecos lideraban las ventas.

En larga distancia, Estados Unidos, Japón, Kenia, Costa Rica y Tailandia se consolidaron como los favoritos del pasado *Black Friday*, manteniendo una tendencia similar a 2019. En general, estos destinos coinciden con los más vendidos anualmente, excepto República Checa y Perú, que destacan en el ranking global pero no figuran en las listas específicas de la campaña.

Por su parte, en Portugal, entre los más demandados destacan los famosos paraísos del Índico, como las Maldivas y Mauricio, los safaris y destinos del sudeste asiático. En cuanto a corta distancia, los portugueses se decantan por Cabo Verde, los mercadillos de Navidad y Europa.

La mayoría de las reservas realizadas durante este periodo promocional se concentran en viajes programados a partir de Semana Santa, siendo los meses entre junio y septiembre los más demandados.

Primera campaña conjunta para España, Portugal y América Latina

Este año, las *Blue Weeks* representan un hito al ser la primera campaña lanzada de manera conjunta para TUI Spain, Portugal & Americas. En América Latina, los viajeros podrán disfrutar de un descuento del 7% en toda la programación de 2025, mientras que en Portugal el descuento será del 5%. La campaña refleja las sinergias entre los mercados, adaptando las promociones a las características y preferencias locales, pero manteniendo una estrategia común en todos los países.

La integración operativa de TUI en España y Portugal, así como el recientemente lanzamiento de la plataforma digital en Latinoamérica, no solo ha mejorado la eficiencia y las sinergias en el desarrollo de productos, sino que también ha fortalecido la oferta dirigida a las agencias de viajes, un canal clave para la compañía. Durante las *Blue*

Weeks, las agencias disponen de una herramienta ideal para ofrecer a sus clientes descuentos exclusivos respaldados por la experiencia y solidez de TUI.

Notas para los editores:

Fotografía sobre la campaña, disponible en el siguiente enlace: [imagen](#)

Sobre TUI Spain Portugal & Americas

TUI Spain, Portugal & Americas es especialista en turismo emisor desde España, Portugal y América Latina para TUI Group, uno de los principales grupos turísticos del mundo. Con más de 20 años de experiencia, en conjunto, ofrece productos y servicios de alta calidad, colaborando estrechamente con las agencias de viajes para crear experiencias únicas y viajes personalizados. Es experto en todas las áreas geográficas y en la creación de programas a medida, tanto de corta, media y larga distancia.

Su amplia y variada oferta abarca desde vacaciones familiares y en grupo, hasta viajes para adultos, sol y playa, cruceros fluviales, escapadas urbanas, circuitos culturales y tours de varios días. TUI Spain, Portugal & Americas garantiza un servicio integral, desde la consulta inicial hasta la reserva, manteniendo una comunicación fluida en cada etapa. Para impulsar su expansión en América Latina ha fortalecido sus relaciones con las agencias de viaje en la región con una plataforma digital para la venta de paquetes vacacionales.

Como parte de TUI Group, tiene acceso a productos exclusivos como TUI Hotels & Resorts (TUI Blue, TUI Magic, RIU) y experiencias de TUI Musement, incluyendo excursiones TUI Collection y National Geographic Day Tours. TUI Spain, Portugal & Americas es un negocio clave de crecimiento para TUI Group.

**TUI Spain
Communications Manager**

María Sierra

maria.sierra@tui.com