

INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



REPÚBLICA CHECA 2023 Informe Básico del Mercado

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Viena

NIPO: **115-23-008-X**

Junio 2023



TABLA DE CONTENIDO

Análisis del mercado turístico en su conjunto

Análisis del mercado emisor hacia España

Conclusiones y valoración de la situación

INTRODUCCIÓN: SITUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL ACTUAL DE LA REPÚBLICA CHECA.

Desde el punto de vista político, la situación tras las elecciones presidenciales de febrero de 2023 y las generales de otoño de 2021, que dio como resultado un Gobierno de coalición, es estable, por lo que se van a adoptar aquellas medidas económicas y sociales que con los gobiernos anteriores habían aplazado. En especial, aquellas destinadas a reformar los sistemas de pensiones, fiscal, defensa y educativo.

Desde el punto de vista económico, se debe hacer frente a los problemas sociales y económicos causados por la inestabilidad mundial. Los hogares siguen sufriendo el impacto de la elevada inflación desde el año 2022, y su consumo real está cayendo. No sólo los alimentos, la electricidad, el gas natural y los alquileres, sino también otras categorías de bienes y servicios están contribuyendo significativamente a la subida excepcionalmente fuerte de los precios al consumo pese a los programas de ayuda lanzados por el Gobierno (ayudas y prestaciones para cubrir costes de alquiler, gas, electricidad). No obstante, el impacto de la debilidad general de la demanda interna se ve compensado por la balanza comercial exterior positiva. (Fuente: Ministerio de Hacienda checo).

El Gobierno, el Banco Nacional checo y los diferentes ministerios han puesto en marcha paquetes de medidas antiinflacionistas, a lo que ayuda el hecho de que la corona checa, moneda nacional, está más fuerte frente al euro. Con todo, la media de la inflación anual que en 2022 fue 15,1% y en cifras de dos dígitos sigue manteniéndose en la primera mitad de 2023. Según el pronóstico del Banco Nacional Checo, la tasa media de inflación podría alcanzar el 10,9% este año y descender al 2,4% en 2024.

La crisis energética, los problemas en las cadenas de suministro y la elevada inflación son tres de los principales factores que afectaron a la economía checa el año pasado 2022 y seguirán afectándola este año. La recuperación prevista inicialmente tras la pandemia de COVID no se materializó y Chequia hará frente a un período de recesión. Ésta continuará en el primer semestre de 2023, si bien en el segundo podría producirse una ligera recuperación.

Se prevé que el PIB disminuya un 1,1% en 2023. La principal causa de la caída será un descenso continuado del consumo de los hogares (-3,0%), por la elevada inflación que reduce los ingresos reales de los hogares.

Aunque se prevé que los salarios medios aumenten un 4,6% en 2023, se espera que los salarios reales caigan un 3,7% debido, como apuntamos, al aumento de la inflación. Lo mismo ocurrió el año pasado, cuando se estimó que los salarios medios aumentaron un 5,7%, pero cayeron un 8,2% en términos reales. En 2022, el salario medio bruto alcanzó las 39.858 (1.650 euros) coronas checas, lo que supone un aumento de 87 euros (+6%) en términos interanuales, pero el salario real cayó un 7,5%.

Los presupuestos generales del Estado iniciales para 2022, preveían un déficit de 280.000 millones de coronas checas (11.000 millones de euros), tuvieron que modificarse varias veces debido al conflicto de Ucrania y sus consecuencias. El rubro final de los presupuestos generales del Estado acabó con un déficit de 360.400 millones (15.000 millones de euros) de coronas checas.

Los desequilibrios del mercado laboral relacionados con la escasez de mano de obra siguen manifestándose. Sin embargo, a pesar de la leve recesión y de la débil dinámica económica general, la tasa de desempleo no debería aumentar mucho en 2023. Podría pasar de una media del 2,3% en 2022 al 3,0% en 2023. La persistente rigidez del mercado laboral ejercerá presión sobre el crecimiento salarial, pero éste seguirá este año por detrás de la inflación. Un elemento que está aliviando los desequilibrios del mercado laboral y debilitando la presión al alza sobre los salarios es la incorporación de refugiados procedentes de Ucrania, pero una integración potencialmente infructuosa podría plantear importantes problemas sociales en el futuro. La evolución cíclica de la industria automovilística y la sobrevaloración de los precios de los inmuebles residenciales son también riesgos internos. En el lado positivo, el extraordinario aumento del ahorro de los hogares en los últimos años podría contribuir a amortiguar el impacto de la subida de los precios sobre el consumo.

Al 31 de diciembre de 2022, la República Checa tenía una población de 10,827.529 millones de habitantes. A lo largo del año 2022, el número aumentó en 310.800 frente a 2021. Las ciudades más grandes son Praga, la capital, con 1,357.326 millón de habitantes y Brno, con 396.101 habitantes.

Según los datos del Ministerio del Interior, al 31 de diciembre de 2022 vivía en Chequia 1.116.154 extranjeros, de los que 501 mil eran ucranianos. El número de población extranjera aumentó en un 32% frente al año 2021. Tan solo un 23% son ciudadanos de la UE, el resto son ciudadanos de países extracomunitarios.

La República Checa, como la mayoría de los países europeos, se enfrenta al envejecimiento demográfico. Según el censo en 2021, la cohorte de población de 0-14

años representa el 16,1% de la población total; de 15-64 años, el 77,1% de la población y de 65 años y más, el 20,2%. Por ello, la reforma del sistema de pensiones debe acometerse sin dilación: para los futuros pensionistas, tres medidas figuran entre las más importantes: un aumento gradual de la edad de jubilación, la posibilidad de jubilarse anticipadamente sólo tres años antes y no cinco como hasta 2022, y un crecimiento más lento de las nuevas pensiones concedidas. En cuanto a la edad de jubilación, el Gobierno ha evitado establecer un límite fijo por encima de los 65 años actuales. La edad se moverá en función de la esperanza media de vida, que se obtendrá de los datos de la Oficina Checa de Estadística.

ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO EN SU CONJUNTO

6

Características básicas del mercado.

A pesar del inesperado estallido de la guerra en Ucrania, que provocó un aumento de sensación de inseguridad en la región de Europa del Este en particular, y de un reforzamiento de los desequilibrios macroeconómicos en toda Europa, así como de un descenso de la confianza de los consumidores, puede afirmarse que las condiciones para una mayor recuperación del turismo fueron en general favorables en 2022. Esto se debe a que prevaleció el efecto de la mejora global de la situación de la pandemia, junto con la eliminación de las barreras administrativas y de otro tipo de restricciones que aún existían para viajar. A ello se sumó el efecto de una demanda "reprimida" inusualmente fuerte.

El creciente apetito viajero de residentes checos se tradujo en 2022 en un mayor crecimiento de las ventas en sectores estrechamente relacionados con el turismo en la República Checa. Esto fue especialmente obvio en el sector del transporte aéreo, y en las ventas de las agencias de viajes que se beneficiaron de una marcada recuperación del turismo emisor. Por ejemplo, las ventas en este segmento en el tercer trimestre del 2022 quedaron por detrás del periodo correspondiente del año de bonanza 2019 en "tan sólo" una décima en términos reales. Fueron los proveedores de alojamiento en la República Checa los que perdieron un 27%.

Con un notable descenso de los ingresos reales, los ciudadanos empezaron a recortar las compras de algunos bienes y servicios excedentarios, especialmente los que registran un elevado aumento de precios. Sin embargo, al final de la temporada turística del verano 2022, la confianza empresarial en el sector de la hostelería y la

restauración seguía siendo alta, y más que la debilidad de la demanda, lo que limitaba al sector era la escasez de mano de obra.

El interés de los residentes checos por viajar al extranjero en 2022 se acercó significativamente al de los años fuertes de 2018 y 2019, y en la propia temporada estival probablemente lo superó para muchos destinos mediterráneos. A ello contribuyeron un tipo de cambio interanual de la corona más favorable (que amortiguó en parte el impacto de los precios del combustible) y los precios del alojamiento y la restauración (que aumentaron más moderadamente que en el mercado nacional, sobre todo en muchos países mediterráneos). El temor a nuevas subidas de precios provocadas por la crisis energética llevó a muchos hogares a comprar sus vacaciones de verano con gran antelación, lo que también benefició a los operadores turísticos nacionales y esta misma situación se repite en 2023.

El gasto turístico por viajes al extranjero del año 2022 ascendió a 116.000 millones de coronas checas (4.830 millones de euros), lo que supone un aumento interanual de 46.000 millones de coronas checas (1.910 millones de euros). En 2022, los ingresos de la República Checa por turismo superaron en casi 51.200 millones de coronas checas (2.250 millones de euros) a los de 2021. El total ascendió a unos 118.000 millones de coronas checas (4.950 millones de euros). Aunque todavía no han alcanzado el nivel anterior a la pandemia de covid-19, han superado ya la barrera de 4.900 millones de euros.

SALDO DEL SECTOR TURÍSTICO

	2022	2021	2020
Ingresos			
(millones de euros)	4950	2250	3400
Gasto			
(millones de euros)	4830	287	326

Fuente: Czech Tourism

Los ingresos turísticos incluyen el dinero gastado por los turistas extranjeros en la República Checa en alojamiento, comida o transporte, según CzechTourism. Los gastos, por su parte, incluyen el gasto de los checos en vacaciones fuera de las fronteras nacionales, según el informe.

El empleo en el sector turístico en general ascendió en 2021 a 215.000 personas, un 7,3% menos que el año 2020. La mayor parte de los indicadores económicos del sector corresponde a Praga, concretamente el 26% del empleo (57,6 mil personas) y el 25% del valor añadido bruto total. En la capital, el turismo emplea al 6,0% de las personas,

pero a pesar de todo, el sector sigue luchando contra la escasez de mano de obra, lo que se debe al bajo nivel general de desempleo en la República Checa.

Los factores que influyen en el turismo emisor en 2022 – 2023 son:

- Fortaleza de la corona frente al euro, lo que ayuda particularmente al turismo individual porque las agencias tienen tasa de cambio pre-pactados; la moneda checa alcanzó a finales de marzo de 2023 los 23,90 coronas por euro, su cambio más fuerte desde 2008.
- Curiosamente, la inflación ha provocado que la población consuma en lugar de ahorrar, ya que los depósitos no se están viendo remunerados como era de esperar. Con todo, el consumo en términos generales es menor, pero ello no afecta al sector turístico ya que según las últimas encuestas, la población está dispuesta a pagar por los viajes y paquetes vacacionales en detrimento de otros bienes y servicios. Entre las razones de ese ansia por viajar se encuentran la incertidumbre del futuro y la proximidad de la guerra, que llevan a buscar una vía de escape y desconexión a través de los viajes.
- Las subvenciones estatales para los consumidores, destinadas a cubrir el incremento de precios de la energía a los consumidores amortiguó en parte el impacto de las subidas sobre la renta disponible, lo que favorece que se mantenga el consumo en el sector.
- Los turoperadores del mercado están promocionando rutas desde aeropuertos provinciales, lo que incentiva la diversificación de los flujos turísticos desde distintas zonas del mercado.
- Respecto al segmento 55+ igualmente deben tenerse en cuenta las revalorizaciones de las pensiones en 2022 y 2023, circunstancia esta que produjo un aumento en las jubilaciones anticipadas y por tanto, en el tiempo disponible para poder viajar.

Perfil/es del turista: segmentos de viajeros que se pueden establecer y su consumo turístico.

Conviene tener presentes algunos aspectos sociológicos que condicionan el comportamiento de los distintos perfiles de viajero en el mercado checo. Así pues, hay que tener en cuenta que los checos tienen por ley, derecho al disfrute de 4 semanas de vacaciones y algunas empresas añaden 1 semana adicional, por lo que una tercera

parte de la población dispone de 5 semanas de vacaciones. Los checos prefieren realizar el viaje principal en invierno/verano y repartir durante el resto del año los demás viajes, con menor duración.

El permiso de maternidad en Chequia se disfruta durante 6 meses y posteriormente cabe la opción de solicitar una prolongación, similar a una excedencia, hasta que el menor cumpla 4 años, con una serie de prestaciones cubiertas (tienen el permiso parental más largo de la UE, según una encuesta del proyecto Europe en Datos). Esta circunstancia facilita la realización de viajes en familia fuera de temporada.

La crisis energética, el incremento en la inflación, del 5 al 17 %-, y el aumento de los precios de las materias primas y los servicios han obligado a los checos a ahorrar más que nunca en los últimos años. Cuatro de cada cinco checos (80,1%) prevén tener que recortar gastos debido a todo lo anterior. Limitarán sobre todo su gasto en restauración (49,4%), **pero también quieren ahorrar dinero en sus viajes (38,6%)** y en mejoras del hogar (39,4%), según la encuesta Investment Literacy Index realizada por la plataforma de inversión Portu (datos de marzo/2023).

9

Pese a lo anterior, cuatro quintas partes de los checos tienen previsto irse de vacaciones este año. Es la proporción más alta de los últimos años, a pesar del aumento de los precios, ya que un rasgo distintivo del viajero checo es viajar a pesar de las limitaciones o factores adversos. Este año, el presupuesto medio es de 1283 euros para un período medio de dos semanas de vacaciones en la temporada de verano, 148 euros más que el año pasado. Así se desprende de la encuesta anual del Barómetro de Vacaciones de Europ Assistance, donde se recoge de qué modo influye la inflación en la planificación de las vacaciones de verano para el viajero checo.

Alojarse de forma más barata	32%
Aprovechar ofertas de última hora	24%
Reducir gastos en restauración y actividades	21%
Reducir el número de destinos visitados	22%
Elegir destino más cercano	21%
Transporte más barato	23%
Reducir duración del viaje	16%

Fuente: Ipsos, Holiday barometer for Europ Assistance, 2023

Asimismo, una cuarta parte de los checos que planean unas vacaciones este año han optado por el llamado "workation", es decir, unas vacaciones combinadas con trabajo. Para una quinta parte de ellos no es la primera vez que combinan trabajo y ocio.

Al turista checo le gusta visitar castillos y palacios y Eslovaquia, Polonia, Estonia, Alemania, Austria y Francia son los destinos preferidos para ese tipo de producto turístico.

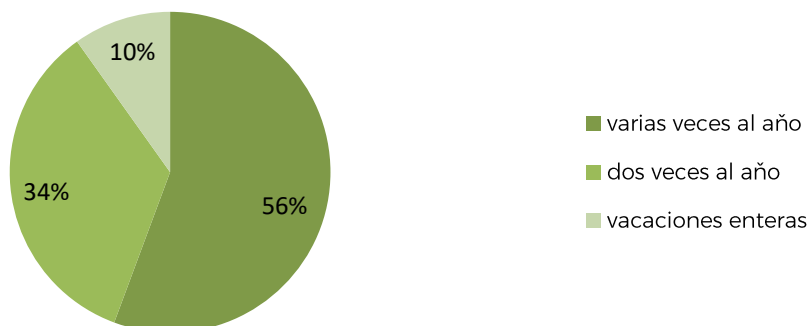
Según datos de la aseguradora Generali, el 18,1% de los checos es propietario de una vivienda vacacional. La mitad de los encuestados utilizan sus casas de campo para recreo principalmente en temporada alta, de primavera a otoño. El uso durante todo el año no es excepcional para un 39% de los encuestados. Para el 9% de los encuestados, la estancia en una casa de campo se circunscribe exclusivamente al verano. Sin embargo, la palabra "vacaciones", para el 70% de los checos está asociada al mar; para el 20% con ocio y relax, y para el 5% con la familia. El resto con otras palabras como montañas, etc. (*Encuesta realizada por Home Credit, banco, enero 2021*)

10

No en vano, la mayoría de los checos eligen unas vacaciones en destinos de sol y playa para la temporada estival.

Los productos turísticos más atractivos para el viajero checo, dependen del país destino: así, visitas culturales, monumentos y gastronomía seguido de shopping es el principal producto que se busca al viajar a países vecinos; el mar y el descanso, cuando se viaja a países mediterráneos; deporte y esquí, en otros países europeos, no necesariamente limítrofes.

Frecuencia habitual de viajes



Fuente: Instituto de Estadísticas checo, encuestas de la Asociación de turoperadores 2022

En lo que se refiere a las ventas de viajes organizados al exterior en 2022:

La mitad de las vacaciones duraron ocho días. El 11% de los turistas se fue una semana, y el 7% optó por nueve días. El 71% de los turistas eligió un hotel con servicios de todo incluido, mientras que el 16% optó por la media pensión. Casi la mitad de los clientes (46%) se alojó en hoteles de cuatro estrellas, mientras que una cuarta parte lo hizo en hoteles de cinco estrellas.

Los compradores más frecuentes de viajes eran personas de cuarenta años (28%). Curiosamente, los mayores de 70 años estaban dos veces más interesados en comprar viajes en 2022 que el año anterior. Las parejas (51%), las familias (36%) y los grupos pequeños (7%) eran los más propensos a viajar.

En la mayoría de los casos, irán de vacaciones en coche (53%, - 7 p.p.) o en avión (33%, + 6 p.p.).

El 67% de los checos realiza el principal viaje en pareja; seguido de un 39% que lo hace con sus hijos y de un 24% que viaja con amigos.

11

Con su pareja	67%
Con sus hijos	39%
Con amigos	24%
Solos	10%
Con sus padres	8%
Con sus hermanos	6%
Con sus nietos	8%
Con los abuelos	2%

Fuente: Ipsos, Holiday barometer for Europ Assistance, 2023¹:

¹ (NOTA: Hay que tener presente que este estudio permitía responder varias opciones de las que se presentaban como posibles a los encuestados, de ahí que los resultados sumen más del 100% porque no se circunscribía a una sola opción por encuestado).

En cuanto al género, las mujeres prefieren optar por viajar a destinos de sol y playa; turismo idiomático; turismo de compras y gastronomía; en cuanto a destinos, sus preferencias se dirigen a Italia, España y Francia. Los hombres prefieren destinos más exóticos donde se puede practicar deportes como ciclismo, pesca o caza. En todo caso, el 58% prefiere ser atendido por personal que hable checo en el destino.

En lo que se refiere a los jubilados, el último estudio económico de la OCDE muestra que la República Checa se encuentra entre los países que envejecen más rápidamente en Europa. La proporción de pensionistas nacionales en la población activa aumentará del 28% de 2016 al 56% para 2058. Los jubilados son los que rompen con la estacionalidad, y prefieren viajes con una combinación de productos como sol y playa y arte cultura.

Preferencias para vacaciones veraniegas:

12

PREFERENCIAS VACACIONES VERANIEGAS		
	2023	+/-% respecto a 2022
Playa	45%	+5
Ciudad, arte y cultura	31%	+2
Campo, naturaleza	33%	-3
Montañas	28%	=
Itinerarios, circuitos	23%	-2
Deporte	10%	=

Fuente: Ipsos, Holiday barometer for Europ Assistance, 2023

Además de la gastronomía y el sol y playa, al turista checo le gustan las excursiones y más de la mitad realiza alguna actividad deportiva durante sus vacaciones de verano, si bien el deporte, como eje principal de las vacaciones, sólo interesa al 10%.

Entre los deportes de verano, además del ciclismo y el senderismo, el surf es cada vez más popular así como los deportes activos y de aventura.

El turismo de compras también figura cada vez más entre las actividades favoritas para realizar durante las vacaciones, con hasta un 25% de checos que se entregan a ello.

En 2022 siguió creciendo el número de autocaravanistas que viajaron al extranjero.



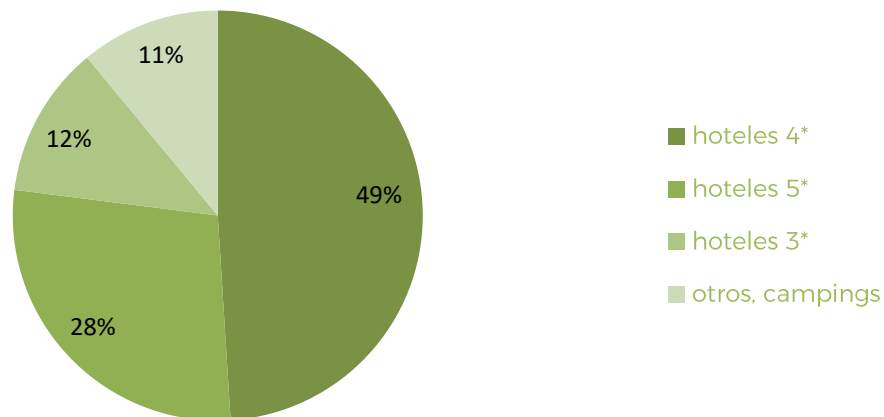
El número de caravanas y autocaravanas en la República Checa se ha triplicado en los últimos diez años. Hay registradas unas 35.000 autocaravanas y 20.000 caravanas. Además, hay más de 50 a 60 mil vehículos que los propietarios han transformado de diversas formas para poder dormir en ellos, así que en total alcanzan un parque móvil de unos 100 mil vehículos. En cuanto a España, se han formado varias webs en checo que informan sobre autocaravaning y sus normas en España, por ejemplo <https://forjoy.cz/spanelsko-kempovani-na-divoko-a-nocovani-pravidla> e incluso empresas checas que se han constituido en destinos españoles como Málaga.

El año 2022 se realizaron casi 2,9 millones de estancias más largas por cuenta propia, lo que supone un aumento del 87,8% respecto a 2021, la cifra más alta de la historia desde que el Instituto de estadísticas checo publica estadísticas, desde 2011.

En la República Checa, **las personas de entre 36 y 44 años son las más propensas a quedarse en el país (43,3%)**. Las generaciones **más jóvenes y mayores** son las más propensas a ir al extranjero (32,8% en la categoría de 18 a 26 años y 32,5% en la de 45 a 53 años). Además, los más jóvenes de 18 a 26 años suelen elegir una combinación de estancias nacionales y en el extranjero (46,6%).

13

Preferencias de alojamiento de los checos 2022 según Asociación de turoperadores



(Fuente: datos publicados por la Asociación de turoperadores ACK)

A la hora de elegir destino vacacional, las fuentes de información que en general priman para el turista checo son:



FUENTES DE INFORMACIÓN

	2022
Experiencia previa	61%
Internet y RRSS	47%
Familiares	39%
Trabajo	6%
Prensa	3%
Agencias de viaje	2%

Fuente: Ipsos, Czech Turism

Asimismo, el destino es el que juega el papel más importante a la hora de elegir los viajes, ya que el turista checo es fiel a aquel destino e incluso, en ocasiones, alojamiento donde han disfrutado de una estancia y han cubierto sus expectativas.

14

Gastos en el extranjero

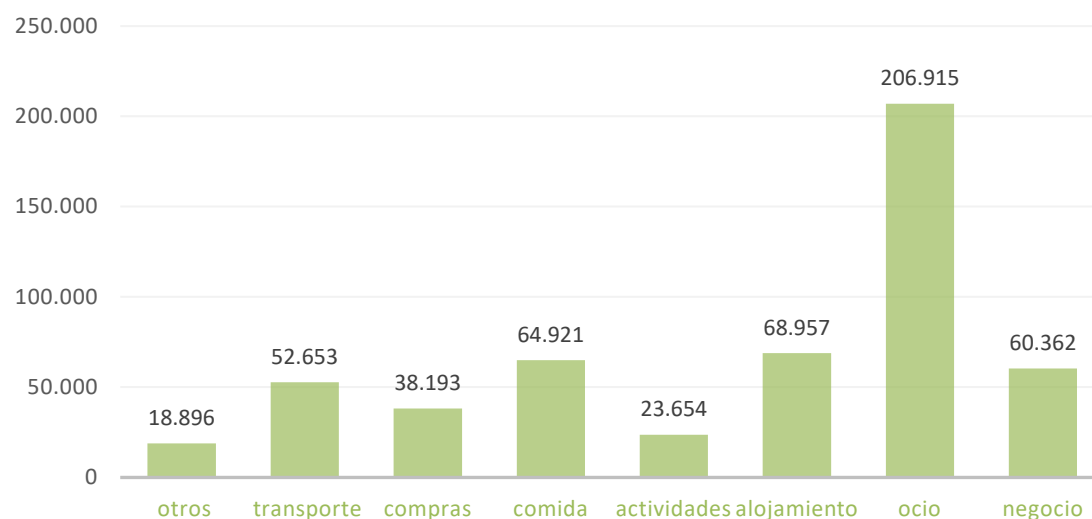
Según los datos del mayor banco checo *Česká spořitelna* (Erste), los residentes checos cada vez más pagan en el extranjero con tarjetas y online en lugar de pagar en efectivo.

En cuanto a destinos extranjeros, Alemania es el destino donde más dinero gastan los turistas checos. Encabeza el ranking de abril a junio y de septiembre a final de año. Así se desprende de un análisis del proyecto Europe in Data, basado en estadísticas del banco *Česká spořitelna*.

Sin embargo, durante la temporada estival propiamente dicha, los turistas checos gastan sobre todo en Croacia y Eslovaquia. Y en cuanto a perfil de viajero, son las familias con niños son las que más lo hacen.

A principios de año, y especialmente durante las vacaciones de primavera, se registró el mayor número de pagos al extranjero procedentes de Austria e Italia, que son aquellos destinos donde acuden los esquiadores durante este periodo. En ambos países, el rubro por el que los checos pagan más es el alojamiento.

Gastos en viajes al exterior 2022



Proporción de gastos en viajes al extranjero (UNWTO, Euromonitor International)

15

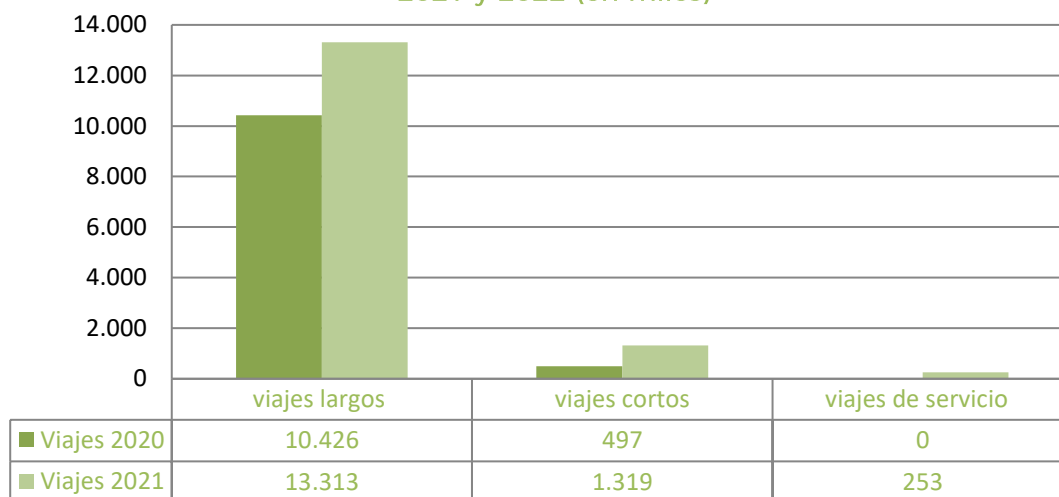
Destinos de viaje preferentes

En 2022, se realizaron 5,254 millones de viajes largos (> 4 noches) y 1,319 millón de viajes cortos (< 3 noches) al extranjero. Tras la relajación de las restricciones provocadas por la crisis pandémica, el número de viajes largos y cortos al extranjero en 2022 se duplicó con creces con respecto al año anterior, siendo el número de viajes largos incluso superior al del último año prepandémico, 2019. La mayoría de los viajes se realizaron en los países de la UE (el 75% de los viajes largos y el 99% de los cortos).

Por término medio, hubo 7,7 pernoctaciones **por viaje largo** (4> noches) **al extranjero** en 2022, el gasto medio fue de 1.142 euros por persona y estancia, y el gasto medio por día de viaje fue de 148 euros.

En lo que se refiere a los viajes **cortos (1-3 noches) al exterior**, en 2022 se notó un meteórico aumento, de 497.000 en 2021 a 1.319.000 en 2022. La misma tendencia creciente se pudo notar en los **viajes de trabajo al exterior**, prácticamente cero en 2021, a 253.000 en el 2022, aunque no alcanzó el número deseado de 575.000 viajes que se logró en 2019.

Comparación de viajes al exterior
2021 y 2022 (en miles)



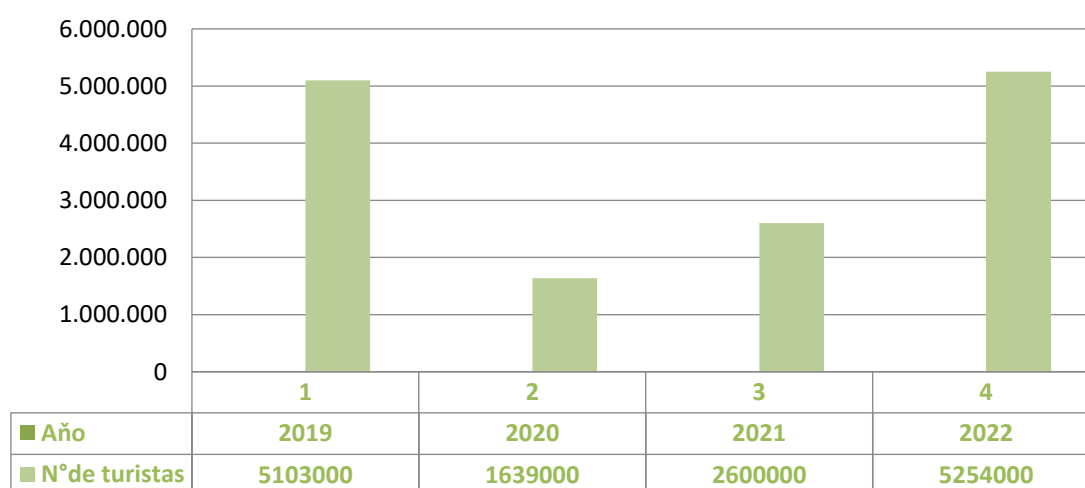
Fuente: Instituto de Estadísticas checo

16

Viajes de larga duración al exterior

El gasto turístico por viajes al extranjero del año 2022 ascendió a 116.000 millones de coronas checas (483 millones de euros), lo que supone un aumento interanual de 46.000 millones de coronas checas (191 millones de euros).

Nº de viajes largos al extranjero entre 2019-2022



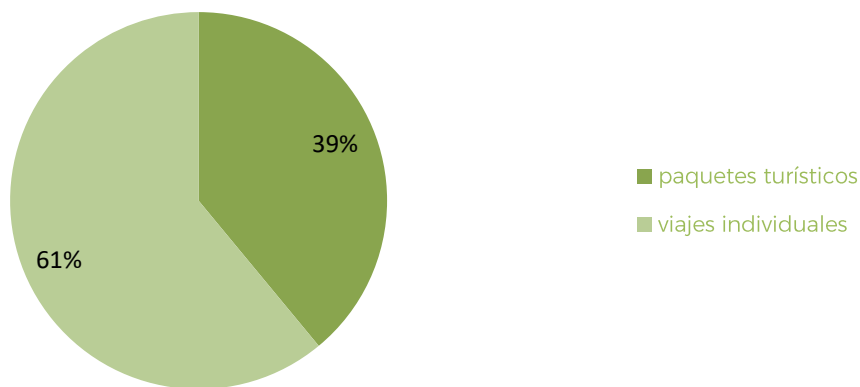
Fuente: Instituto de Estadísticas checo

De los viajes largos realizados en el extranjero en 2022 (5.254.000), se vendieron:

- el 39% paquetes turísticos preparados por las agencias mayoristas (9% más que en 2021),
- el 61% fueron viajes organizados individualmente,
- el 69 % de los viajes largos al exterior eran de 4 a 7 días, 4% más que en 2021; el resto de 8 a 14 días o más.
- El 85,65% de los viajes largos al exterior eran de carácter vacacional y de descanso, el resto eran visitas de familiares y amigos.
- El 47% de los viajes largos al exterior fue realizado en coche; el 43% en avión frente al 39% en 2020; el 7% en bus.
- El gasto medio de viajes largos fue de 1.142 euros por persona y estancia, y el gasto medio por día de viaje fue de 148 euros.
- El 59,6 % de residentes checos se alojaron en sus viajes en hoteles; el 17% se alojó en casa de familiares o amigos o el resto en otros establecimientos no especificados.

17

Organización de viajes de larga duración al extranjero en 2022



Fuente: Instituto Nacional de Estadística checo.

Evolución de los viajes de corta duración de los residentes checos al extranjero

En los viajes cortos (de 1 a 3 noches) al exterior (1.319.000) se notó un notable incremento frente a 2021. En los últimos tres años, se ha observado una tendencia a la disminución de los viajes cortos. La situación cambió en 2022, cuando se restablecieron

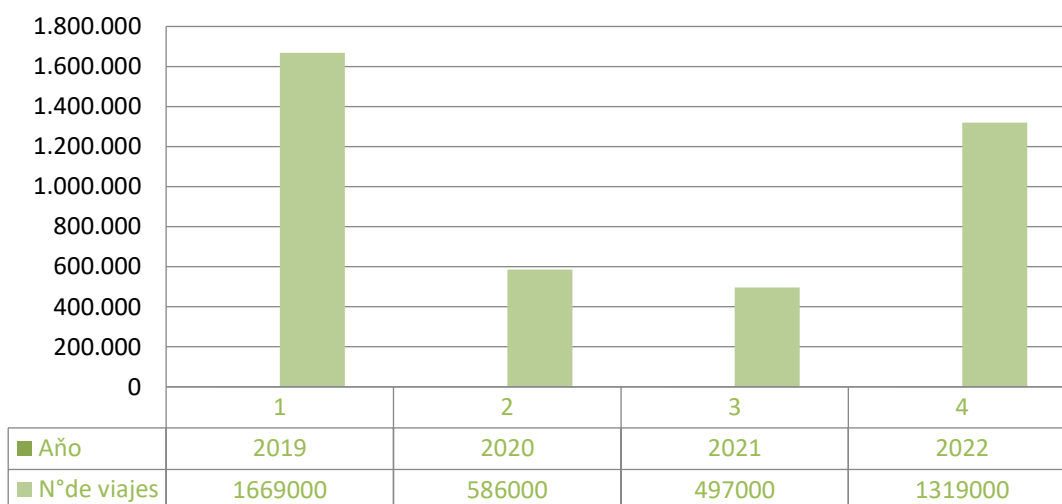
las conexiones aéreas. A pesar de la guerra en Ucrania, los checos tenían más ganas de vivir experiencias y viajar al extranjero que miedo.

Como es habitual, los viajes más cortos al extranjero de los ciudadanos checos en su tiempo libre tuvieron como destino más frecuente Eslovaquia. En 2022, casi el 40% de los viajes cortos al extranjero se realizaron allí (519.000). Aunque el número de viajes cortos se multiplicó casi por tres de un año a otro, quedó por detrás del número de viajes cortos de 2019 en más de un 20%.

- El 86,5 % se realizaron individualmente, y el 98,7 % se realizó en la Unión Europea.
- El 64,3 % de viajes eran de carácter vacacional y de descanso, el resto eran visitas de familiares y amigos.
- El 77 % de viajes se realizó en coche.
- El 44 % de viajes se realizaron en hoteles u otro tipo de establecimiento hotelero; el resto en casa de familiares u otro tipo de establecimientos no especificados.

18

Nº de viajes cortos al exterior entre 2019-2022



Fuente: Instituto de estadísticas checo

Cabe señalar que, debido al incremento gradual del salario y a los niveles bajos de desempleo, los residentes checos se podían permitir viajar varias veces al año, lo que redundaba en un incremento del número de viajes de corta duración al extranjero, y marcaba una tendencia que hoy se mantiene. Este tipo de viajes se organizan de manera individual en la mayoría de los casos.

Viajes de negocio que realizaron los residentes checos al extranjero

Aunque se perciba una vuelta masiva a las reuniones cara a cara, las videoconferencias siguen siendo ampliamente utilizadas por los clientes corporativos, por lo que el volumen de viajes de trabajo se ha visto afectado por esta circunstancia.

VIAJES DE NEGOCIO

Año	Número de viajes de negocio al extranjero	Variación interanual
2016	475.000	
2017	518.000	+8,4%
2018	549.000	+5,7%
2019	575.000	+4,5%
2020	174.000	-30%
2021	167.000	-4%
2022	253.000	+34%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística checo.

19

Viajes MICE

No existe ninguna estadística checa específica sobre el turismo MICE organizado por los turoperadores checos y realizado en España. No obstante, España siempre ha pertenecido al grupo de destinos extranjeros favoritos, en especial, en el segmento de los incentivos donde destacaban destinos como Madrid, Tenerife, Málaga, Bilbao, Barcelona y Valencia.

Destinos de viaje preferentes

A la hora de evaluar los destinos de viajes preferentes, hay que tener en cuenta el criterio que se tome como referencia: unos destinos populares son los que venden como paquetes las agencias de viajes y otros son los que eligen y realizan los propios viajeros en plan individual. La elección depende también de la estación del año y de la accesibilidad (coche o vuelo directo). Por ejemplo, Croacia es el destino número uno para los checos, pero lo visitan más bien individualmente.

Invierno:

- Destinos preferentes son Italia, Austria y Francia – para esquiadores;
- Egipto y las Canarias o destinos exóticos como Omán, República Dominicana y demás donde hace calor;

- Hungría, Eslovaquia y Alemania (turismo termal).

Primavera y otoño:

- Circuitos culturales
- Viajes relacionados con fiestas, eventos, exposiciones, etc

Destinos más populares en la temporada estival:

Tradicionalmente y según los números facilitados por el Instituto nacional checo de Estadísticas, en 2022 el mayor número de turistas viajaba a Croacia, Eslovaquia e Italia. Sin embargo, en lo que se refiere a la venta de paquetes, uno de cada cinco viajes vendidos el año pasado tuvo como destino Egipto. Grecia ocupó el segundo lugar, con el 17% de los turistas checos, y Turquía el tercero, con el 13%.

A los tres destinos más populares les siguieron Bulgaria, Túnez, Croacia, España, y las Islas Canarias e Italia completaron los nueve primeros puestos. Sin embargo, también ha aumentado considerablemente el interés por lugares exóticos más lejanos.

20

El mayor aumento de interés se registró en los viajes a Zanzíbar y la República Dominicana, debido sobre todo a la introducción de vuelos directos desde Praga. Creció el interés por la climatológicamente agradable Madeira, que vio aumentar el número de vuelos desde Praga, y también por las Maldivas, donde la gente parecía querer disfrutar de una auténtica experiencia exótica tras dos años de Covid.

Croacia

En el año 2022, un total de 846.000 checos viajaron a Croacia para unas vacaciones largas, un 39% más que en 2021 e incluso un 14% más que en 2019. El 2023 se verá afectado por el disparado crecimiento de precios en Croacia debido a la aceptación del euro en Croacia y la inflación. El Instituto de Turismo de Croacia está subrayando las ventajas de la adhesión al euro (un tráfico más fluido, sin controles fronterizos), pero no se sabrá hasta finalizada la temporada veraniega el número de viajeros checos que suelen viajar en coche a este destino se mantienen fieles a él.

Croacia no solamente que cuenta con conexión aérea (Split y otros) sino también con transporte ferroviario, y trenes especiales de Regiojet, que ofrece incluso la posibilidad de reservar compartimento para 4 personas a un precio razonable.

Eslovaquia

La vecina Eslovaquia volvió a su segundo lugar, con un total de 631 mil checos que la visitaron el año pasado. No obstante, el dato incluye tanto los checos como los eslovacos que viven y trabajan en la República Checa y suelen visitar a menudo a sus



familiares en Eslovaquia (la adhesión de Eslovaquia a la zona del euro el 1 de enero de 2009 no cambió la tendencia de eslovacos vivir y trabajar en Chequia). Desde entonces, el número de eslovacos que trabajan en la República Checa ha pasado de 100.223 a 214.907 a finales de noviembre de 2022, según datos de la Oficina Checa de Estadística y el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales checo).

Italia

Italia recibió 519 mil residentes checos y figura entre los destinos cercanos para aquellos checos que quieren ir en coche a destinos de sol y playa, pero igualmente se trata de un destino competidor para España en temporada invernal.

Egipto

Uno de los destinos favoritos de 2022 fue Egipto. Durante mucho tiempo fue uno de los destinos aéreos más populares, especialmente en la temporada de invierno. Sin embargo, en 2022 recibió a 470.000 checos, una cifra récord, incluso el doble que en 2019. Y en 2023 sigue siendo uno de los destinos favoritos pese al incremento de precios (+9%) debido a la oferta de resorts turísticos de 5* todo incluido, más amplia que en 2021. Los destinos más populares han sido tradicionalmente Marsa Alam y Hurghada

Turquía

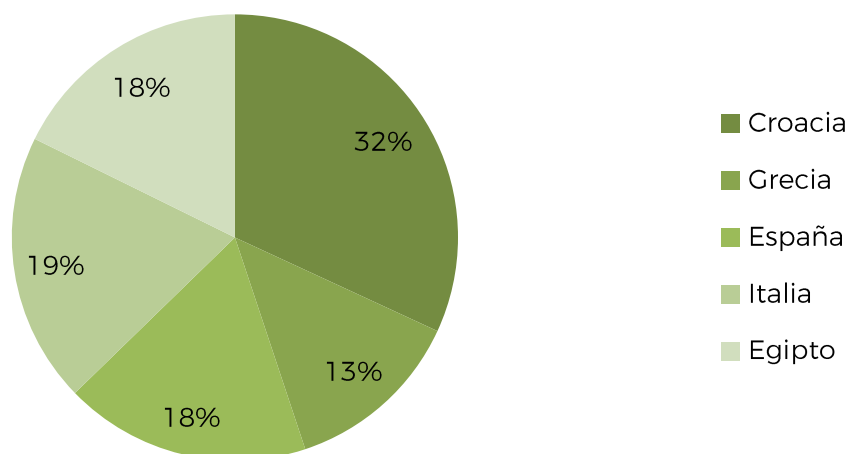
En 2022 Turquía recibió 254 mil residentes checos. En 2023, a pesar del devastador terremoto, los checos no han cancelado los paquetes vacacionales adquiridos con anterioridad.

Grecia

En 2022 visitaron a Grecia unos 345.000 checos, tanto la península como las islas. En la temporada estival de 2022 ocupó el primer puesto en ventas de las agencias de viajes.

La cuota de los destinos que más compiten en lo que se refiere al producto de sol y playa (tanto los viajes organizados como individuales) son:

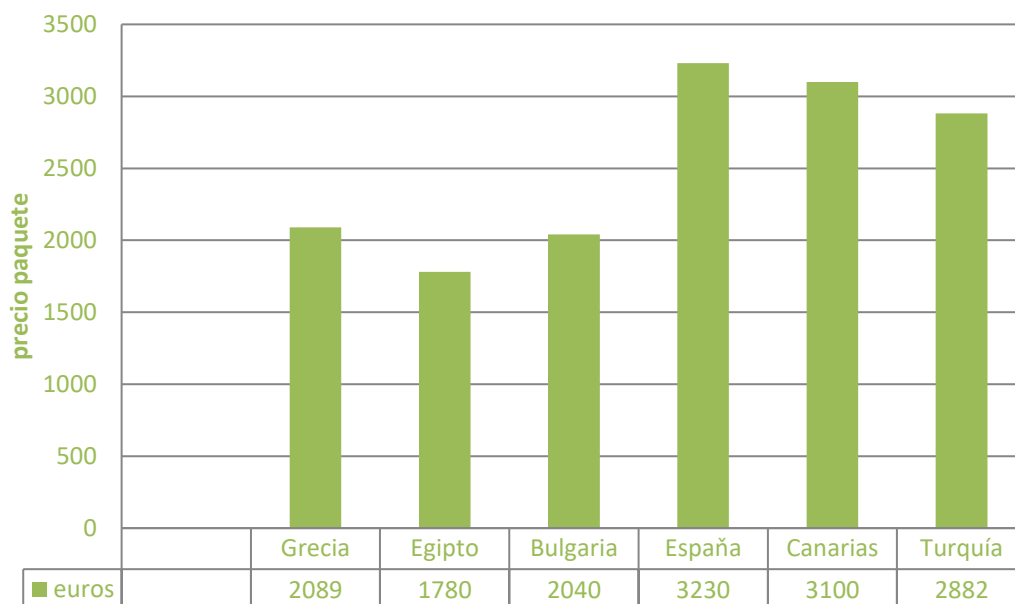
Cuota de los destinos de sol y playa en 2022



Fuente: Instituto Nacional de Estadística checo y los diferentes institutos de turismo de los países comparados

22

Precio de paquete por semana, avión, all inclusive, familia con 2 hijos, junio 2023



Fuente: Elaboración propia a base de artículos económicos [Češi si za dovolenou u moře připlatí, Chorvatsko zdražilo nejvíc - Seznam Zprávy \(seznamzpravy.cz\)](#) y comparación de los paquetes de la misma característica ofrecidos por los turoperadores checos.

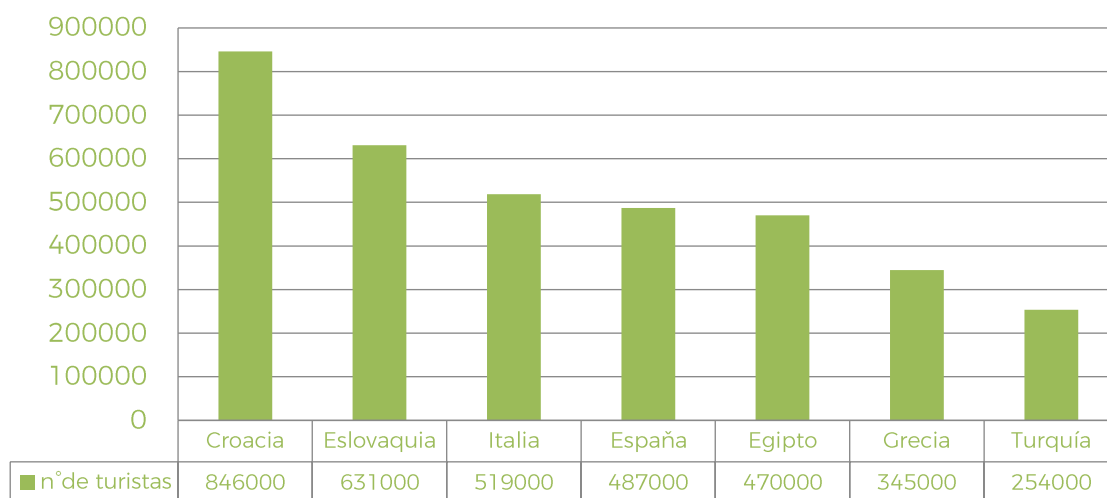
INCREMENTO PORCENTUAL DE LOS PRECIOS DE LOS PAQUETES VACACIONALES

DESTINO	
Turquía	8%
Túnez	3%
Grecia	6%
España	5%
Egipto	9%
Bulgaria	5%
Croacia	14%

Fuente: Elaboración propia a base de artículos económicos [Češi si za dovolenou u moře připlatí. Chorvatsko zdražilo nejvíc - Seznam Zprávy \(seznamzpravy.cz\)](#) y comparación de los paquetes de la misma característica ofrecidos por los turoperadores checos.

23

Nº turistas checos - destinos más visitados en 2022



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas checo y los datos de INE relativo a España.

Canales de comercialización

El sector de turismo en la República Checa se caracteriza por la atomización, es decir, hay un gran número de agencias de viajes, intermediarios y sujetos que trabajan en el sector turístico. El mercado lo dominan unas 25 empresas grandes y medianas, pero al mismo tiempo hay muchas pequeñas empresas. El Ministerio de Desarrollo Regional registró 615 agencias de viajes mayoristas al 31/12/ 2022. No obstante, las dos Asociaciones principales de turoperadores y agencias de viajes ponen el foco

constantemente en la existencia de entidades y sujetos que operan de manera ilegal al no estar registradas y no pagar el seguro de responsabilidad al que están obligadas desde 2019.

Desde enero de 2019, los turoperadores y agencias tienen la obligación de contribuir a un fondo especial de garantía abierto por el Ministerio de Desarrollo Regional, que se calcula según su cifra de negocios. Este dinero no es reembolsable y sirve como segunda póliza en caso de las quiebras de las agencias. En 2020, los turoperadores estuvieron exentos del pago en cuestión, y para 2021 fue establecido el porcentaje muy bajo (0,01% de la cifra de negocios). A pesar de que las dos Asociaciones de turoperadores y agencias de Viajes pretendían lograr la supresión del pago al fondo de garantía para 2022 y 2023, e incluso para 2024, el Gobierno checo no atendió su petición y fijó un gravamen mínimo del 0,03% del volumen de negocios previsto.

La primera de las asociaciones reúne sólo a las agencias mayoristas (ACK), mientras que la segunda (AČCKA) agrupa tanto a mayoristas como minoristas. Estas dos asociaciones se autofinancian gracias a las cuotas anuales abonadas por sus miembros. Son políticamente independientes y las dos sirven como nexo de unión entre las empresas y los representantes políticos de las principales entidades del sector. Su posición fue altamente reforzada durante el estado de emergencia y en especial, en 2021, y se convirtieron en el órgano de asesoría para el ministerio de asuntos exteriores en la materia de turismo. Su labor ayudó a muchos turoperadores a orientarse en la aplicación de la legislación y la fiscalidad en el tiempo de pandemia y a la hora de conseguir ayudas económicas.

Los turoperadores con mayor peso en el mercado son Blue Style, Cedok y el dúo formado por Exim Tours y Fischer, del grupo Der Touristik Eastern Europe - estos cuatro primeros operadores del mercado alcanzaron una cifra récord de más de 25.000 millones de coronas checas (1.057 millones de euros).

Actualmente, cara al verano de 2023, operan en Chequia seis turoperadores outgoing relevantes. Algunos de estos turoperadores empezaron a fusionarse o fueron absorbidos en los últimos años:

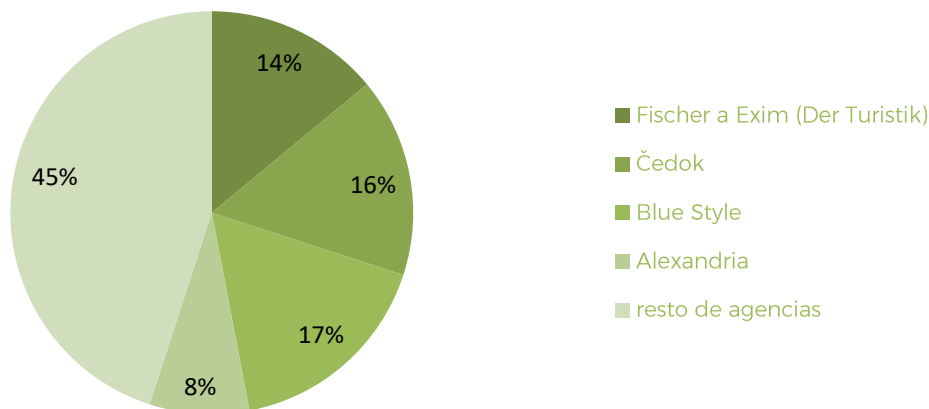
1. CK Fischer y CK Exim tours, ambos fueron absorbidos en los últimos 2 años por el grupo alemán de inversiones, REWE y por su sección de viajes DER Touristik Group. Fischer cerró la operación en mayo de 2020. Actualmente las dos

agencias mayoristas, y sus filiales Nev Dama y ETravel han hecho una fusión contable y funcionan como Der Touristik aunque siguen siendo especializados cada uno en sus productos y siguen manteniendo su marca. Tras la fusión, concentran en torno a 160 oficinas de venta.

2. Čedok – fue comprado por la agencia polaca Itaka en 2016 y comparte con ella todas la ventajas del gran mercado polaco (vuelos, alojamiento, etc). En 2022, la empresa duplicó con creces sus ventas. El EBITDA operativo fue más que duplicado interanualmente frente a 2021. Más de 270.000 clientes contrataron sus vacaciones con la empresa en 2022, la mayor cifra desde 1989 y un 111% más que en 2021. Tras entrar en Hungría el año pasado, la agencia de viajes planea regresar este año a Eslovaquia, mercado que abandonó en 2010.
3. Alexandria – es el mayor turoperador en Bulgaria donde tiene sus propios hoteles, en Grecia, pero opera también otros mercados como España e Italia.
4. Blue Style – la más grande agencia de viajes familiar, enfocada a los viajes, entre otros, multigeneracionales. Blue Style ha lanzado en 2023 una fuerte campaña mediática muy exitosa para hacer frente a Der Turistik. Su principal destino es Egipto a donde envía 36 vuelos semanales en temporada alta.
5. Travel Family – grupo que nació en 2019 a base de fusión de varias agencias mayoristas para aglutinar servicios: Vítkovice tours (orientado a Croacia), Viamare (orientado a Grecia), Kovotours plus (paquetes para familias), Vtt /Grecia, Chipre, Bulgaria, Montenegro).
6. Canaria Travel – un turoperador exclusivo al estar especializado solamente en viajes a las islas Canarias, pero la cuota en viajes organizados en este destino es del 45% y su peso es tal que fue la única agencia mayorista que gracias a los vuelos restablecidos en julio de 2020 pudo funcionar a lo largo de toda la pandemia.

La cuota que ocuparon los grandes turoperadores conforme a su cifra de negocios en 2022 era:

Cuota en el mercado emisor paquetes turísticos 2022 - 2023



Fuente: Asociaciones de turoperadores ACK y AČCKA

26

Fischer Group y Alexandria son los únicos de los grandes turoperadores que no comercializan sus productos a través del mayor portal turístico Invia.

Turoperadores medianos que no obstante ocupan una importante cuota en el mercado checo son, a título de ejemplo: Emma tour, Monatour, CK Hoska, Delfin travel, CK Mayer, Ars Viva, České komidlo, Ideal tour, Adventura, Geops, Pantour, Alvarez, APC, Kompas, CK Kudrna, Mundo, etc.

Los portales online más fuertes que revenden productos de los turoperadores son: Invia, Travel Portal.cz, Zajezdy.cz, Dovolena.cz. La última pertenece al llamado imperio amarillo (por colores de trenes y autobuses) del propietario Radim Jancura (RegioJet y Student Agency), también opera en el mercado checo como agencia de viajes.

Invia.cz, a. s., es la mayor agencia de viajes de la República Checa y vendedor autorizado de circuitos en 250 agencias de viajes aseguradas. Está disponible no solo en Internet, sino también en más de 80 sucursales físicas de toda la República Checa.

Invia.cz forma parte del Grupo Invia, que también opera en Eslovaquia, Hungría, Alemania, Austria, Suiza y Polonia. El grupo coopera con las mayores agencias de viajes de Europa y atiende a 3 millones de clientes al año.

En cuanto a los canales de comercialización propiamente dichos, el recurso a unos u otros depende de la franja de edad del viajero que se tome como referencia. Así, las personas de entre 25 y 34 años son las más propensas a contratar sus vacaciones por internet. Los jóvenes menores de 24 años son los que más billetes de todo tipo compran por internet. El alojamiento también se reserva comúnmente on-line. En 2022, el 35% de los checos mayores de 16 años reservaron alojamiento por canales online. La mayoría de las veces a través de intermediarios como Booking.com o Trivago. Solo el 6% de las personas afirmó que, pese a usar internet, prefieren la clásica vía offline, es decir, por teléfono o ir de manera presencial a la sucursal de una agencia de viajes.

En los últimos diez años, la proporción de usuarios de internet en la República Checa ha pasado del 56% al 81% (personas mayores de 16 años), lo que supone un aumento de 1,6 millones en términos absolutos hasta los 7,1 millones de usuarios actuales.

Los usuarios acceden ahora a las redes sociales con mayor frecuencia desde el teléfono móvil, mientras que hace ocho años lo hacían a través de un ordenador portátil. El 76% de los encuestados utiliza exclusiva o predominantemente el teléfono móvil, lo que refleja no sólo la penetración de los teléfonos inteligentes en la sociedad, sino también las estrategias de las redes sociales individuales que se dirigen al consumo en los teléfonos móviles.

27

Canales de comercialización de turoperadores y agencias de viajes minoristas:

En los últimos tres años, las agencias de viajes y turoperadores han digitalizado completamente sus páginas web y realizan su promoción, entre otros, en sus propias redes sociales donde comparten vivencias y fotos de sus clientes, sus comentarios, etc.

Además venden sus productos a través de los portales que permiten comparar productos y precios según el destino y la demanda de clientes.

La promoción publicitaria de turismo en los medios la hacen en:

- 63% - en portales Seznam.cz, Google, Sklik, idnes, Novinky.cz, Extra.cz, Lidovky.cz; Centrum.cz; Expres.cz, Isport.cz
- 16% - Medios de transporte como metro y tranvías (Praga), autobuses y trenes
- 12% - revistas de destinos y sus versiones online



- 7 % - stream TV y cuñas en canales de TV, radio
- 2 % - ferias de turismo generalistas;

Pese a que la mayoría de operadores turísticos invierte en la promoción online, el último sondeo de Seznam.cz, arroja resultados sorprendentes, como el hecho de que el público tiende a confiar más en la información que aparece en los medios impresos; el formato (impreso/ digital) del artículo condiciona la velocidad de la lectura; la concentración mayor/menor en el contenido, así como la visibilidad de la publicidad, que es mayor en los medios impresos. A diferencia de ello, la lectura en formato digital tiende a ser más superficial y la publicidad obtiene una atención menor.

Los clientes con mayor poder adquisitivo y con ganas de conocer nuevos destinos y apoyar turismo sostenible se inspiran en revistas de viaje en formato impreso, en podcast, en foros, y más tarde acuden a la búsqueda de mayor información bien a través de internet o en la agencia de viajes.

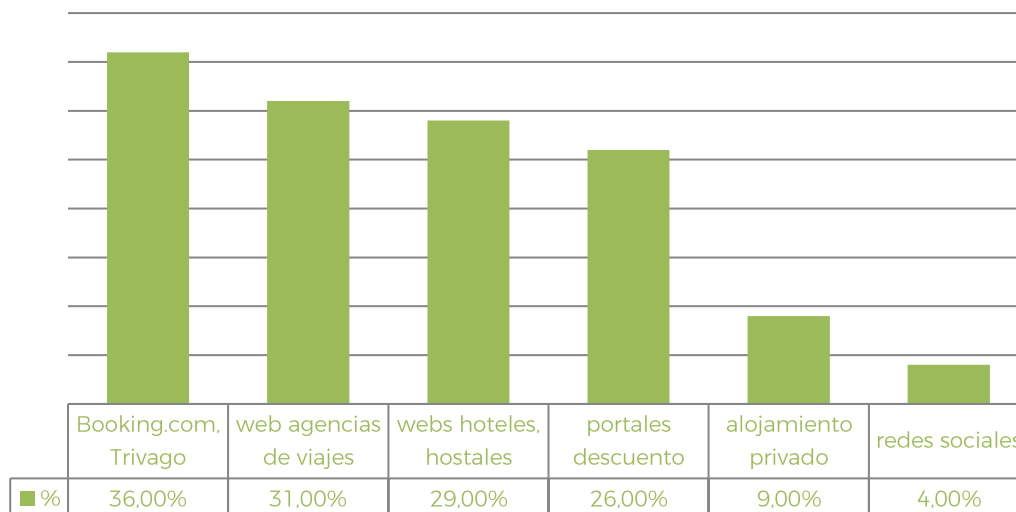
28

Medios en los que se inspiran los residentes checos para viajar al exterior:

- Revistas especializadas, como National Geographic, Travel Life, Outdoor, Země světa, Lidé a země;
- Portal hedvabnastezka.cz para viajeros individuales y aventureros;
- Artículos online en las secciones turísticas de grandes portales;
- Internet (RRSS): Instagram, Facebook
- Portales especializados según el tipo de viajero: zajezdy.cz, eTravel, Szajezdy.cz, Invia, etc.; o revista online tipo LUI, Luxury travel, etc.
- Ferias de viajeros especializadas con presentaciones, documentales, intervenciones de fotógrafos, influencers.

Los portales de alojamiento y otros servicios más usados son Booking.com y Trivago, 36%. Las webs de las agencias o turoperadores representan el 31%.

Vías de reserva del alojamiento



Fuente: Eurostat, Instituto Nacional checo de Estadística

29

Los viajeros individuales utilizan, en especial, para buscar billetes de avión y ofertas de alojamiento y otros servicios los siguientes portales: Scyscanner, cKlub que colabora con el portal aéreo KIWI y Levné letenky-Hlídač letenek que es el proyecto de SmartWings, así como el portal Asiana y Letuska.

Situación de la conectividad aérea en general

Los resultados de 2022 del aeropuerto de Praga, el principal del país, se vieron influidos positivamente por un aumento significativo del número de pasajeros, de los que el propio aeropuerto atendió 10,7 millones. Un año antes, la cifra era de sólo 4,4 millones de pasajeros. Los resultados del Aeropuerto de Praga son también excelentes, dado que la República Checa, junto con Finlandia, el Reino Unido e Irlanda, fue el país más afectado por el impacto de la pandemia del Covid-19. En comparación con el último año anterior a la crisis, 2019, que también sirve de referencia, el tráfico ha alcanzado el 64% de las cifras de dicho ejercicio.

En cuanto a los destinos individuales, la mayoría de los pasajeros viajaron en vuelos directos a Londres, y a los aeropuertos de París y Ámsterdam. Igualmente se trata de los principales aeropuertos europeos de conexión para vuelos de largo radio.

AEROPUERTO PRAGA (DESTINOS MÁS OPERADOS EN 2022)

Destinos	Número de pasajeros atendidos en 2021	Número de pasajeros atendidos en 2022	Variación interanual %
1. Ámsterdam	250.070	447.413	+44,5%
2. París	204.471	515.185	+64,5%
3. Londres	185.878	744.647	+76%

Fuente: Letiště Praha (aeropuerto Praga)

Smartwings sigue siendo la compañía aérea checa más fuerte y la que más servicios chárter ofrece a los turoperadores. Forma parte del Smartwings Group, que en marzo de 2021 consiguió un aval del Estado por un importe de 80 millones de euros. Cuatro bancos checos prestaron dicho importe para cubrir una parte de las necesidades de la compañía aérea, que alcanzan 280 millones de euros y superan en 16 millones de euros los créditos a pagar de la compañía. La diferencia entre el crédito avalado y los obligaciones a pagar será cubierta por los accionistas, empresas de leasing y la reestructuración de la empresa.

En 2022, Smartwings alcanzó el año pasado el 92,4% de sus niveles previos a la pandemia y transportó a casi 5,6 millones de pasajeros en 2019, en vuelos regulares y chárter. La cifra del año 2021 fue de 2,5 millones de pasajeros, lo que supone un aumento interanual de más del doble. El año pasado, Smartwings operó vuelos desde la República Checa y desde sus bases internacionales en Polonia, Eslovaquia, Hungría, Francia y las Islas Canarias. La compañía transportó otros 849.000 pasajeros a bordo de sus aviones en vuelos para otras compañías.

El mayor número de pasajeros, 3,1 millones, utilizó los servicios de Smartwings hacia/desde la República Checa el año 2022. El número de pasajeros que viajaron en avión aumentó un 100% interanual. La compañía ofreció conexiones aéreas desde 5 aeropuertos checos (Praga, Brno, Ostrava, Pardubice y Karlovy Vary) a 70 destinos.

A principios de noviembre de 2021, Smartwings y la compañía aérea alemana Eurowings, miembro del Grupo Lufthansa, anunciaron un nuevo acuerdo de código compartido. Smartwings también ha renovado su acuerdo de código compartido con Israir Airlines de Israel.

En 2021, Smartwings también firmó acuerdos de transporte aéreo con las agencias de viajes EXIM Tours y CK FISCHER, miembros del grupo DER Touristik Eastern Europe, para los próximos tres años, y en otoño con la agencia de viajes Čedok.

La Junta General de Smartwings, del 01 de marzo de 2023 aprobó la nueva composición del Consejo de Administración de tres miembros. Los nuevos miembros del Consejo de Administración de Smartwings, a.s. son Jiří Beneš y Michal Stašek. Sustituyen a Jiří Šimáně y al Roman Vik, que decidieron abandonar el órgano estatutario de la empresa.

Desde el 31 de octubre de 2021 opera desde Praga la filial low cost de Lufthansa, **Eurowings**. La compañía aérea checa Smartwings y la alemana Eurowings, del grupo Lufthansa, han puesto en marcha la primera fase de cooperación en el ámbito de los códigos compartidos. Desde el 21 de marzo de 2022, Smartwings viene colocando su código en los vuelos de Eurowings que operan desde Praga a más de 16 destinos.

31

En cuanto a los **aeropuertos regionales**

- Pardubice - la web de Pardubice está conectada directamente con la oferta de Fischer y Exim tour, y ofrece viajes especialmente a Grecia y Egipto.
- Brno - todos los grandes touroperadores operan desde Brno diferentes destinos, entre otros, también Palma de Mallorca y Tenerife
- Ostrava - vuelos, en especial, a Grecia, Bulgaria, Túnez, Turquía y Egipto
- České Budějovice - a partir de 2023 lo utiliza el touroperador Čedok para vuelos chárter, directos a Grecia y Turquía.

Tendencias que se observan

Las salidas al extranjero recuperarán los niveles anteriores a la pandemia en el año 2025, y tanto el turismo de negocios como el de ocio alcanzarán los niveles de 2019. Las salidas MICE tardarán hasta 2027 en recuperarse completamente.

La demanda acumulada de viajes de vacaciones impulsará los viajes al extranjero en los próximos años, ya que los consumidores ansían que los viajes cumplan especialmente su promesa de descanso y relajación.

Previsiones

Aunque en mayo 2023 se vendieron bastantes menos viajes en comparación con el año anterior, las agencias y los agentes de viajes esperan que esta temporada sea muy exitosa, similar a la del año pasado. Debido a la entrada de nuevas entidades en el mercado checo, Bulgaria y Turquía se ofrecen a precios atractivos en el mercado de última hora. Grecia, España e Italia encabezan las ventas de agencia de viajes, mientras que Egipto, Emiratos Árabes Unidos y Albania son los principales destinos fuera de Europa.

TOP 10 destinos ofrecidos por agencias de viajes para verano 2023:

1. Grecia
2. España (Canarias incluidas)
3. Italia
4. Croacia
5. Turquía
6. Egipto
7. Bulgaria
8. Túnez
9. Emiratos Árabes Unidos
10. Albania

En líneas generales, se puede concluir que la recuperación posterior al COVID no parece verse amenazada en 2023 por los incrementos generalizados de los precios.

Los residentes checos no están dispuestos a prescindir de viajar en temporada estival por más incierta que sea la situación económica general. Las agencias de viajes constatan este comportamiento y confirman un interés sin precedentes por los viajes vacacionales. Entre los motivos que ayudan a materializar el deseo de viajar se encuentran la fortaleza de la moneda local frente al euro y paradójicamente la propia inflación, que afecta al ahorro.

Todos los sondeos coinciden en que los checos no dejarán de viajar. Según el sondeo realizado por la empresa Ipsos para Sodexo benefits en mayo de 2023, las vacaciones en el extranjero aumentan este año y el 65% de la gente viajará fuera de la República Checa. Sólo el 35% de los encuestados se quedará exclusivamente en el país, una cifra significativamente inferior a la del año pasado.

La gente ha descubierto que, a consecuencia de la inflación pero sobre todo de la fortaleza de su moneda local, viajar al extranjero no tiene por qué ser mucho más caro que viajar por su país. Asimismo, cada vez es más popular utilizar las prestaciones de ocio (vouchers de la empresa Sodexo) para comprar vacaciones en el extranjero y, de este modo, aliviar el presupuesto familiar. Hoy en día, se pueden utilizar no sólo para comprar un viaje, sino también vuelos o alojamiento en cualquier parte del mundo, por ejemplo a través de Booking.com

Alrededor de un tercio de la gente utilizará este año los servicios de agencias de viajes y sólo unos pocos piensan esperar al último momento para reservarlas. La mayoría de los viajeros al exterior prefiere contratar el viaje por su cuenta, incluso aquellos que lo organizan con una antelación mínima de 2 meses y más de una quinta parte de aquellos que lo organizan con mayor antelación incluso. La razón principal es que el viajero checo está acostumbrado a planificar sus viajes con antelación y quiere tener tantas opciones y posibilidades de elección como sea posible.

33

La edad, sorprendentemente no es un factor que incida en este tipo de organización del viaje ya que viajeros de franjas de edad mayor, participan de esta dinámica.

Según el mayor vendedor de viajes organizados, Invia, el precio de las vacaciones variará de un país a otro en 2023, pero de media no se espera más de un 10% de aumento. A juzgar por las ventas de viajes de primer minuto, parece que las personas acostumbradas a irse de vacaciones todos los años en busca de destinos con climas más favorables no van a prescindir de ello y, muy a menudo, tras la experiencia de la temporada de verano anterior, prefieren reservar su viaje con mucha antelación.

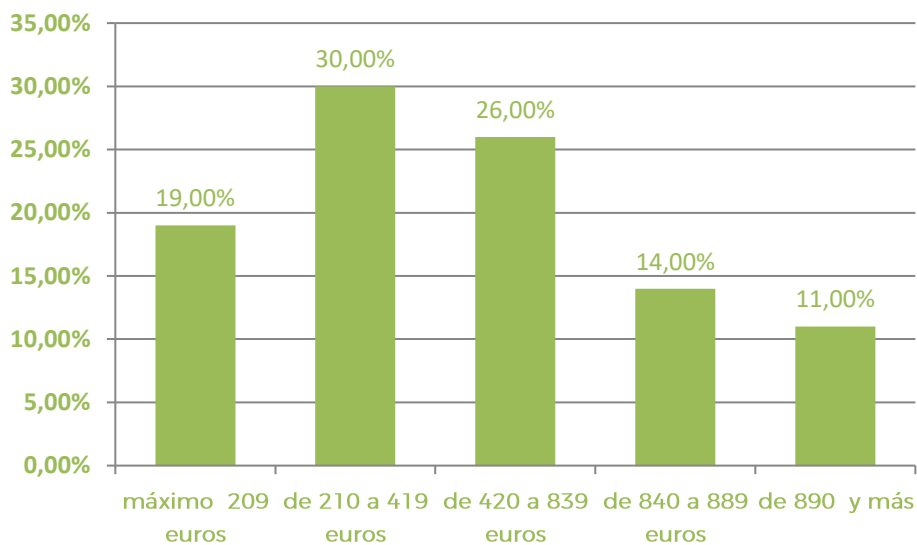
Según el sondeo de Czech Turism en cuanto a los viajes al exterior en 2023:

1. El 80% de los checos tiene previsto irse de vacaciones en verano (+7 p.p.).
2. El 39% tiene previsto irse de vacaciones nacionales (-7 p.p.), el 63% tiene previsto irse de vacaciones al extranjero (+10 p.p.), sobre todo los menores de 29 años (72%), los licenciados universitarios (74%) y los que tienen ingresos superiores a 1300 euros (71%).
3. Los destinos extranjeros más populares son Eslovaquia, Croacia, Italia y Grecia.
4. Los presupuestos para las vacaciones crecen, reflejando el aumento de la inflación. El gasto medio previsto es de 1 273 euros (+11 pp).
5. Debido a la elevada inflación, el 32% de los checos tiene previsto buscar un alojamiento más barato, una cuarta parte un transporte más barato u ofertas de

última hora, una quinta parte ahorrará en comida y actividades o elegirá un destino más cercano.

6. La mayoría irá de vacaciones en coche (53%, -7 pp) o en avión (33%, +6 pp).
7. Prevén alojarse en un hotel (49%) o en una pensión (32%).

Coste por persona y semana que están dispuestos a gastar en sus vacaciones de verano los encuestados checos.



Fuente: Czech Tourism - Institutio Nacional de Turismo checo

En relación con la conectividad, 2023, en comparación con la temporada de verano del año 2022, el aeropuerto de Praga ofrece a los pasajeros más conexiones, aunque siguen careciendo de conexiones con destinos en Ucrania y Rusia. A modo de comparación, en el año récord de 2019, 190 destinos tenían conexión desde Praga, y en 2023 serán 152. Al mismo tiempo, se ha renovado el servicio de larga distancia a Seúl (Corea del Sur) con Korean Air, y a partir de julio Praga estará conectada con Taiwán directamente con China Airlines.

Icelandair también introducirá una nueva línea aérea en Praga, que conectará Praga con Reikiavik cuatro veces por semana a partir del 1 de junio, ofreciendo conexiones rápidas vía Islandia a más de 14 destinos en EE.UU.. Entre los nuevos destinos que se añadirán a los vuelos regulares del verano figuran **Bilbao (España)**, Dubrovnik (Croacia),

Skiathos (Grecia) y **Sevilla (España)**. Los pasajeros también podrán visitar Ereván, capital de Armenia, Gdansk (Polonia) y Mascate (Omán).

Durante la próxima temporada de operaciones de verano, las compañías aéreas del grupo Smartwings (39), seguidas de Ryanair (33), Eurowings (19), easyJet (12) y Wizz Air (11) ofrecerán conexiones regulares a la mayoría de los destinos.

Un total de 65 compañías aéreas volarán al aeropuerto Václav Havel de Praga en 2023. En casi 40 rutas, el número de frecuencias de vuelo aumentará en comparación con el verano pasado. Esto afectará, por ejemplo, a las cinco ciudades más populares: Londres, Ámsterdam, París, Antalya y Fráncfort.

Este año el aeropuerto de Praga espera superar los 13 millones de pasajeros.

35

ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR HACIA ESPAÑA

Evolución de las entradas de turistas en España desde 2016.

En total, 478.057 turistas checos llegaron en 2022 a España frente a los 259.896 en 2021, el 83,94 % más que en 2021 y en especial superando en 4% el año 2019. Los trimestres más solicitados fueron el segundo y el tercero, pero consta que los viajes a España se extendieron a lo largo de todo el año.

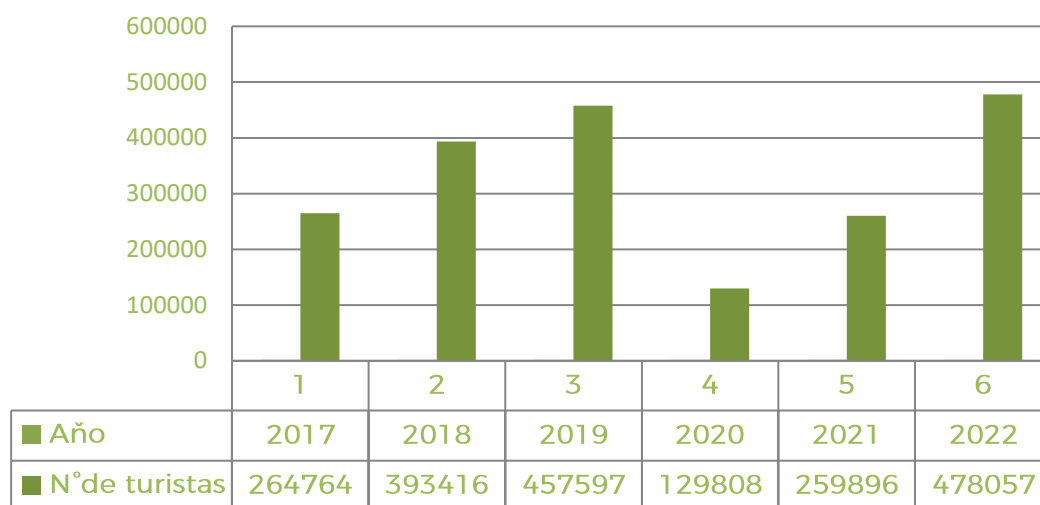
LLEGADAS DE TURISTAS CHECOS A ESPAÑA

Período de referencia	Número de turistas	Variación interanual %
2016	428.566	
2017	264.764	-38,22%
2018	393.416	48,59%
2019	459.727	16,86%
2020	128.260	-72,10%
2021	259.896	102,63%
2022	478.057	83,94%

(Fuente: INE, Frontur)



Nº de turistas checos a España



(Fuente: INE, Frontur)

36

Evolución del gasto total, gasto medio por turista y gasto medio diario desde 2016.

Según los datos de INE, los checos gastaron en España en 2022 en total 596 577 649 euros al año, y la variación interanual es de 47,9 %.

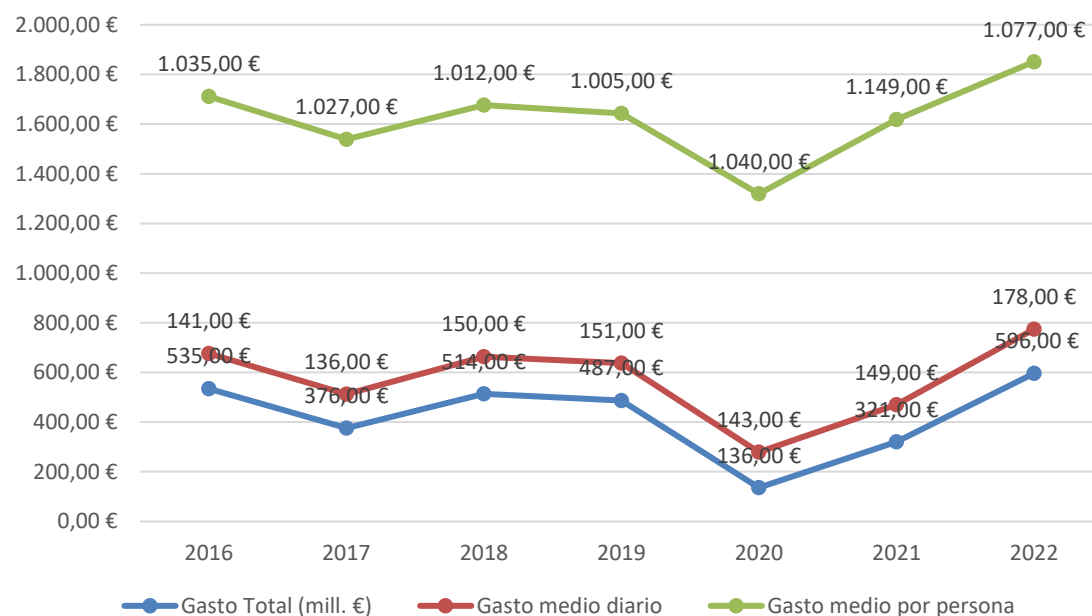
Lo que influye en los datos relativos al **gasto medio por persona** es la estancia media que en 2022 se redujo debido a la disminución en 2 días la estancia media frente a 2021. No obstante, el gasto medio diario creció en 17%. También influyó en este promedio la fuerza de la corona checa frente a euro que se empezó a notar en 2022 y sigue jugando el papel importante en 2023.

GASTO DE LOS TURISTAS CHECOS EN ESPAÑA

Período de referencia	Gasto medio diario	Gasto medio por persona	Gasto total	Estancia media
2016	141 €	1 035 €	534 949 936 €	7
2017	136 €	1 027 €	376 473 364 €	8
2018	150 €	1 012 €	513 791 319 €	7
2019	151 €	1 005 €	486 938 284 €	7
2020	143 €	1 040 €	136 082 850 €	7
2021	149 €	1 149 €	321 585 934 €	8
2022	178 €	1 077 €	596 577 649 €	6

Fuente: Estimación Turespaña a partir de datos INE, (Frontur y Egatur)

Evolución del Gasto



(Fuente: INE)

Destinos más visitados en España

Según los datos del INE, las Comunidades más visitadas en 2022 fueron las Islas Canarias y Cataluña, seguidos por las Baleares, Andalucía y Comunidad de Madrid. No obstante, el abanico de destinos españoles visitados por los residentes checos es mucho más amplio.

LLEGADAS DE TURISTAS CHECOS A ESPAÑA (por destino)

Destino	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Cataluña	119.661	67.581	90.605	134.936	34.773	35.107	109.533
Canarias	48.273	49.856	99.394	95.168	28.377	102.727	133.205
Baleares	57.566	41.870	85.262	83.701	16.676	68.739	108.928
Andalucía	87.060	34.728	54.866	49.041	9.372	14.795	41.163
Comunidad de Madrid	77.445	34.226	22.550	35.666	18.610	12.306	34.672
Comunidad Valenciana	12.951	12.421	20.239	29.144	8.260	14.272	24.616
País Vasco							11.573

Fuente: INE

El incremento de 43% en la Comunidad Valenciana se debe en especial a la fuerte campaña promocional de los vuelos directos entre Praga - Alicante que empezó a operar Eurowings en 2022, aparte de los vuelos operados por Ryanair desde Pardubice desde hace 2015, que alargaron su frecuencia a todo el año.

El destino más solicitado por los turoperadores y las familias con niños fueron las islas, tanto las Canarias como las Balerares, y ambos destinos superaron con creces el año las cifras de 2019. También Madrid capital, y la misma Comunidad viene recuperando paso a paso su posición prepandemia.

Andalucía volvió a recuperar la posición perdida entre 2016 - 2018 dado que el incremento de los precios lo convirtió en un destino percibido como muy caro. Por su parte, las islas Canarias son consideradas por los residentes checos como un destino especial dentro de España, exótico, y visitable todo el año. La ventaja de este destino es que hay vuelos directos todo el año, a Tenerife y Gran Canaria y su duración no es excesiva (máximo. 4-5 horas). Las islas Canarias son un destino operado desde las dos ciudades más grandes checas, Praga y Brno.

38

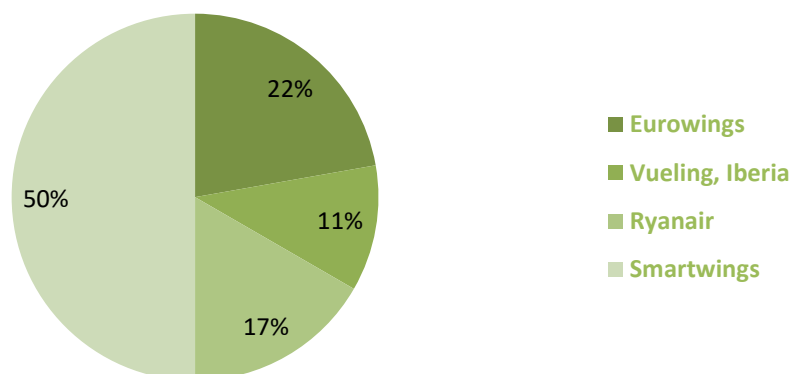
Hay otros destinos españoles que lamentablemente no aparecen en las estadísticas del INE, pero que ilustran lo amplio que es el abanico de destinos adonde viajan los checos.

Según las estadísticas autonómicas, a Costa Cálida (Murcia), en 2022 viajaron 3.333 residentes checos, frente a 1.794 en 2021. Este destino es operado mayormente por los turoperadores con vuelos chárter, y éstos se centran, en especial, al perfil de edad 55+. Otro destino que no figura en las estadísticas del INE pero que goza de gran popularidad entre los checos interesados en los deportes náuticos como el surf es Cantabria, así como por itinerarios como el Camino de Santiago y el Camino Lebaniego. Por último, en 2022 se recuperó la conexión directa con el País Vasco, con el vuelo Praga-Bilbao.

Capacidades aéreas

En 2022, hubo un total de 3.215 vuelos con destino a España, un 53% más que en 2021. Teniendo en cuenta que las restricciones asociadas al Covid duraron prácticamente hasta el 4 de mayo de 2022, el resultado es excelente. En total 14 destinos españoles fueron operados con líneas regulares.

Cuota nº de vuelos a España desde Chequia 2022 por compañías



Fuente: Elaboración propia a base de los datos INE – nº de vuelos regulares operados en 2022 desde Chequia a España.

39

Hay que subrayar la apertura del nuevo destino Praga – Sevilla de julio a octubre de 2023.

	Smart Wings	Eurowings	Ryanair	Iberia	Vueling
Alicante		✓			
Almería	✓				
Barcelona		✓	✓		✓
C. Canaria	✓				
Fuerteventura	✓				
Lanzarote	✓				
Málaga	✓	✓			
Madrid	✓		✓	✓	
Menorca	✓				
Mallorca	✓	✓	✓		
Tenerife	✓				
Valencia	✓				
Sevilla			✓		
Bilbao					✓

Vuelos chárter desde Praga 2023

- Ibiza – desde 06/2023 operado por Smartwings chárter para Fischer
- Murcia – desde 06/2023 operado por Smartwings chárter para Fischer

Vuelos de otros aeropuertos de Chequia:

Desde Pardubice

1. Alicante – desde 04/05/2023 – 30/10/2023, vuelo regular, operado por Ryanair

Desde Brno

2. Tenerife – vuelos regulares de 19/06/23 a 16/10/23 operado por Smartwings

Vuelos chárter: todos operados por SmartWings

3. Tenerife – durante la temporada alta de junio a octubre
4. Palma de Mallorca – 06/23 – 10/2023
5. Murcia – 06/200 – 10/2023

Desde Ostrava

6. Palma de Mallorca – vuelos chárter, desde 06/22 a 10/2022, operado por Smartwings

En laa tabla se puede ver la evolución de vuelos entre el período comprendido de 2016 a 2022. Para el 2023 están previstos 3.416 vuelos.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Enero	104	118	185	198	183	39	174
Febrero	96	103	174	191	176	32	158
Marzo	142	150	244	247	147	45	217
Abril	179	238	296	294	4	68	348
Mayo	208	258	320	320	32	86	362
Junio	313	354	443	416	6	144	393

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Julio	365	407	476	437	123	207	411
Agosto	354	409	497	464	165	208	412
Septiembre	314	371	444	420	119	181	382
Octubre	221	262	315	331	71	187	348
Noviembre	152	210	232	235	37	159	10
Diciembre	162	224	241	240	54	175	0
TOTAL AÑO	2610	3104	3867	3793	1117	1531	3215

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de OAG

Perfil/es del turista:

En 2022, la estancia media de los checos era de 6 días; la mayoría de los turistas checos viajaron a España en avión (97,9%), tan solo 1,7% por carretera. Casi dos terceras partes organizaron el viaje por su cuenta (68,4%).

41

Los meses preferidos son julio y agosto, seguidos por abril.

En general se puede aplicar lo mencionado en el apartado relativo al perfil del viajero general, aunque con algunos matices:

- El turista checo prototipo que viaja a España valora la seguridad del destino y la posibilidad de moverse libremente por el país a diferencia de otros destinos del Mediterráneo que compiten con España, como Egipto o Túnez, así como la variedad de cultura y del paisaje. Pero en 2023 comparará minuciosamente los precios de paquetes veraniegos y este factor será el que influya en la elección de un destino u otro.
- España es destino más caro en comparación con otros destinos mediterráneos y por eso la mayoría de los turistas checos que viajan a España son de clase media-alta. A lo largo de 2022 continuó la tendencia de viajar a España (en especial, a las Islas Canarias) y el perfil profesional del viajero que compaginaba el descanso con el teletrabajo, era medio-alto/ cargos directivos.
- No obstante, debido al alto nivel de infraestructura y redes de transportes hay cada vez más checos que viajan a España en autocaravana y por su cuenta.
- A diferencia de otros destinos de sol y playa como Bulgaria o Croacia, y excepto

las familias con niños pequeños, predomina la combinación de productos para un mismo viaje: esto es, destino de playa en combinación con excursiones deportivas y culturales. En general, a los checos les encanta el senderismo. Últimamente, las Islas Canarias y Baleares se han convertido en destino favorito para aquellos que quieren combinar playa con senderismo o incluso, en caso de Mallorca o Menorca, ciclismo, y carreras a pie en caso de las Canarias. El mismo patrón se aplica sobre el turismo urbano. Los checos prefieren las ciudades como Barcelona, Valencia y Málaga donde pueden bañarse en el mar y disfrutar de la cultura.

- En años normales predominan en verano las familias con niños en los destinos como Andalucía, Valencia, Baleares, Canarias, Cataluña, mientras que en Murcia predomina el colectivo de la tercera edad, pero también con predilección por viajes combinados en cuanto a productos, es decir, turismo activo y playa.
- A diferencia de otros países mediterráneos a los que los residentes checos visitan sobre todo por el sol y playa, España se está convirtiendo para los checos en destino mucho más multifacético y los motivos de viajar a España son muy variados – surfing, autocaravaning, visita de reservas naturales, escala, exposiciones temporales, buceo, maratones, etc

Posicionamiento e imagen de España.

Según un artículo publicado en la revista COT en 2019, la valoración media de España como destino turístico (escala de 1-10) fue de 8,92 y la impresión sobre el viaje a España fue buena o muy buena (94% de turistas checos). En caso de las islas, hay muchos checos que repiten, en especial en caso de las Canarias.

España es considerado entre los residentes checos como país hospitalario, con una cultura muy diversa, “slowly” en lo que se refiere a la forma de descanso, cuyos habitantes saben disfrutar de la vida. Lo asocian con un buen fútbol, mar, flamenco, vino y gastronomía de alto nivel.

En 2022, España volvió a figurar entre los países más seguros para viajar. En 2023 se aprecia la recuperación de destinos como Costa de la Luz dentro de la demanda checa.

En general, España se considera un destino más caro para las vacaciones de verano dentro de la Europa mediterránea en comparación con otros destinos competidores.

Comercialización del destino España en los distintos canales.



Para la comercialización de España en la República Checa, lo ideal es difundir la promoción por todos los canales posibles teniendo en cuenta el grupo objetivo.

El mayor impacto de canales de comercialización y promoción según la edad tienen:

- En la generación baby boomers entre 58 - 75 años: la radio, los podcast, revistas de destino, la recomendación de amigo/as y de familia; una buena experiencia con agencia de viajes, catálogos de agencias, los documentales en la TV, y por último, internet.
- En la generación X entre 44 - 57 años: internet, revistas especializadas, foros de viajeros, la radio que escuchan en coche; recomendación de colegas de trabajo y de amigos.
- En la generación Y entre 29 - 43 años: internet, redes sociales, foros y clubs para viajeros especializados en los que se dan presentaciones de destinos, revistas especializadas, recomendación de amigo/as, webs de agencias - familias con niños;
- En la generación Z entre 18 - 28 años: webs que promocionan viajes, blogs, portales que ofrecen vuelos y alojamiento baratos o que ofrecen compartir viajes, p.ej. cestoval.cz, nanomadskestezce, hedvabna stezka, etc. o el portal Worldee que organiza viajes individuales pero no como los típicos paquetes. Basa su oferta en los guías escritas por otros viajeros, y ayuda a buscar conexiones y alojamiento para los que quieren seguir las instrucciones y la ruta descrita en el guía.

En definitiva, hay un alto grado de fidelidad al destino y ganas de conocer más lugares y destinos españoles, hecho que juega un papel decisivo en la toma de decisiones de viaje la recomendación por amigos y familiares basadas en una buena experiencia.

Tendencias que se observan en los viajes hacia España

Todo apunta a que el año 2023 será igual de bueno como el 2019 pese a la inflación y la guerra en Ucrania, en especial, para los turoperadores que tenían precios de vuelos y alojamientos pre-pactados, a diferencia de los viajes individuales a los que afecta más directamente el encarecimiento de precios de vuelos.

Los grandes turoperadores anuncian haber vendido para el verano de 2023 el 80% de su oferta a España hasta el abril de 2023.

Previsiones.

En general, el año 2022 puede considerarse un año exitoso en términos de turismo emisor a pesar de las medidas pandémicas que no han sido levantadas por completo a nivel europeo hasta 1/06/2022, y la guerra en Ucrania. Las agencias de viajes informan que en lo que llevamos de 2023, ya se han agotado los paquetes turísticos a prácticamente todos los destinos principales de sol y playa, y es más probable que tengan dificultades para alojar a quienes esperan ofertas de última hora por falta de alojamiento y plazas de vuelo.

El turismo individual al exterior seguirá teniendo tendencia creciente y lo único que lo puede frenar son los precios de vuelos.

Pese a la frustración e insatisfacción de la población debido al precio de energías y de las materias primas, especialmente de los grupos socialmente vulnerables, todo apunta que la temporada veraniega de 2023 será fuerte. Lo atestiguan las ventas de los turoperadores en “first minute” y en especial, el número de turistas checos que visitaron a España en el primer trimestre de 2023, (125.514) frente a 70.996 en el mismo período de 2022 (+43%).

Se confirma la conclusión del estudio del Banco Nacional Checo sobre turismo redactado en 05/2022 que estimaba que el retorno del turismo emisor a la normalidad anterior a la pandemia sería mucho más rápido que para el turismo receptivo.

En 2023, las campañas promocionales deberían tender a orientarse a promover el turismo urbano y los productos especializados como el golf, la gastronomía, la cultura, y el turismo activo. No serán grandes volúmenes de turistas, pero sí turistas comprometidos con el desarrollo sostenible en materia de turismo y con recursos suficientes para pagar el alojamiento y la estancia. Por ello, es importante promocionar las diferentes regiones y productos en las revistas para profesionales del turismo y utilizar todos los canales y formatos de comunicación, incluidos los que no son tan masivos, pero sí especializados.

CONCLUSIONES Y VALORACIÓN

Conclusiones

A pesar de la existencia de algunas medidas antipandémicas en parte de 2022, del estallido de la guerra en Ucrania y los problemas económicos derivados de ella como la inflación o el incremento de los precios de las materias primas y la energía, podemos considerar al 2022 como muy fructífero en términos de turismo receptor y emisor.

Para 2023, el sector aprovecha la fortaleza de la corona frente al euro y, sobre todo, la elevada inflación, que lleva a los consumidores a ahorrar, pero no en lo que se refiere a las vacaciones. Como apuntamos, a pesar de los elevados precios de la energía y los alimentos, los consumidores no piensan renunciar a vacaciones de verano. De momento, las ventas de las agencias de viajes y de los vendedores de billetes para 2023 (al 30.05.2023) muestran que las ventas son altas, a pesar de que los paquetes y los billetes de avión han encarecido entre 15 y 25%.

45

Por otra parte, se constata que el uso de internet en el sector de turismo ya es imprescindible tanto en la promoción de destinos como en la comercialización, si bien, para determinado segmento de la demanda, de poder adquisitivo medio-alto, los medios impresos sigue jugando papel clave en el proceso de toma de decisión sobre a qué destino viajar.

Habrà que estar atentos a la evolución de la turoperación en el mercado, y cómo se reduce su tamaño debido a las fusiones y absorciones por grandes grupos de origen extranjero y la falta de relevo generacional en negocios familiares.

La falta de mano de obra cualificada es igualmente una preocupación en el sector dentro del mercado checo, al igual que ocurre en otros mercados, y el proceso de digitalización en la comercialización y en la prestación de servicios complementarios al turismo es un hecho.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 