

INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



REPÚBLICA CHECA 2024 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: 219-24-018-5

Junio 2024



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 (SPOLU), es estable. La situación económica de la República Checa en el año 2023 mostraba los sobresaltos sin precedentes que había sufrido en los últimos años. Empezando por la pandemia y terminando por la crisis energética. Por desgracia, la República Checa sigue siendo el único país de la UE que aún no ha podido hacer frente a los efectos negativos de estas crisis y donde el rendimiento de la economía todavía no ha alcanzado el nivel de finales de 2019.

La inflación fue disminuyendo gradualmente en 2023, pero la media anual alcanzó el 10,8%. Para 2024 se espera que la inflación siga bajando. Los riesgos residen principalmente en la evolución geopolítica en Ucrania y Oriente Medio. Entre los factores internos, será crucial la evolución de las expectativas de inflación o la inercia inflacionista. Se espera que la inflación media de los precios al consumo sea **del 2,7% en 2024**.

4

El Gobierno ha impulsado **un paquete de austeridad que reducirá** el déficit presupuestario en un total de 150.000 millones de coronas checas (6. 250 millones de euros) en los próximos dos años. Con este paquete, el Gobierno no ha vuelto a situar las finanzas públicas en una trayectoria sostenible, sino que se ha limitado a frenar el aumento de la ratio deuda/PIB en el futuro. Por tanto, habrá que adoptar nuevas medidas de austeridad, pero es probable que no aparezcan hasta después de las elecciones parlamentarias de 2025. Para 2024 se ha aprobado un proyecto de presupuesto estatal con un déficit de 252.000 millones de coronas checas (10.500 millones de euros).

Se ha frenado la tendencia a la baja de la tasa de desempleo, aunque el mercado laboral sigue presentando un exceso estructural de oferta de puestos de trabajo. Las previsiones para este año también contemplan un aumento moderado del desempleo y un nuevo crecimiento salarial del 5,5%, con un nuevo aumento de los salarios reales del 1,9%.

El año pasado, las previsiones apuntaban a una caída del PIB del 0,6%, debido, sobre todo, al descenso de la formación bruta de capital fijo y a la escasa demanda exterior. Los problemas de la economía alemana, estrechamente vinculada a la checa, fueron especialmente negativos. Este año, 2024, en cambio, los economistas prevén una recuperación del crecimiento del PIB, concretamente del **1,1%**. Se espera que el

comercio exterior desempeñe un papel clave. La reducción de la inflación debería apoyar una recuperación del crecimiento del consumo de los hogares.

Fuente: Deloitte Czech republic, Banco Nacional checo.

Población

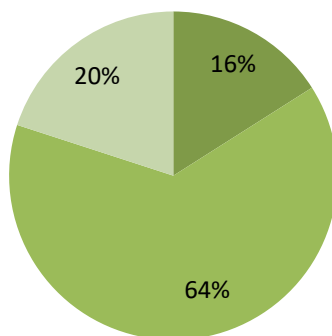
Al 31 de diciembre de 2023, la República Checa tenía una población de 10,900.555 millones de habitantes, unos 73 mil más que en 2022.

La característica básica de la evolución demográfica es la del envejecimiento significativo de la población. Así lo demuestra la nueva proyección demográfica de la República Checa para el periodo comprendido entre 2023 y 2100. La proporción de personas mayores aumentará considerablemente, mientras que la población de 15 a 64 años será menor a mediados de siglo. El número de personas mayores, que es de 2,2 millones a principios de 2024, alcanzará los tres millones y cuarto a finales de los años cincuenta. El peso de los mayores en la población se reforzará, pasando del 20% actual a cerca del 30% a mediados de siglo.

5

Censo 2021, cuota porcentual de población

■ 0-14 años ■ 15-64 años ■ 65> años



Con las cifras del censo oficial de 2021, el Gobierno checo procedió a una reforma del sistema de pensiones 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 Instituto Nacional de Estadística checa (*en adelante: INE checo*).

Las ciudades más grandes son Praga, la capital, con 1,304.700 millón de habitantes, Brno, con 396.101 habitantes y Ostrava con 290.450 habitantes, al final de 2023 (INE checo). El 70% de los habitantes vive en las ciudades.

A finales de 2021 (Censo, INE checo), la parte masculina representaba el 49,2% (5,22 millones) de la población total y la femenina el 50,8% (5,39 millones), es decir, 968 hombres por cada 1.000 mujeres (el llamado índice de masculinidad), frente a los 959 de una década antes.

El salario promedio en enero de 2024 era de 1917 euros bruto, según el INE checo.

Fuente: Departamento de Estadísticas Demográficas del Instituto Nacional de Estadísticas checo.

6

ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO EN SU CONJUNTO

Características básicas del mercado

Según los datos de los que se dispone (INE¹ checo), en 2022, el segmento de turismo representó el 2,22% del producto interior bruto y empleó a 225.500 personas que supone unos 10.000 personas más frente a 2021 y un 4,15% de la población checa activa. El volumen de negocios alcanzó los 150.800 millones de coronas checas (60.833 millones de euros). Tras cuatro años de descensos, el turismo, en especial, emisor, está volviendo a los niveles anteriores a la pandemia de COVID.

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 Fomento Local y Regional tiene registradas 596 agencias de viajes mayoristas a fecha de 16.05.2024.

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

¹ Instituto Nacional de Estadísticas checo

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 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.

7

Gracias a las subvenciones estatales, la mayoría de las agencias de viajes mayoristas siguen funcionando. El hecho de que el turismo esté recuperando cada vez más fuerza queda patente en el interés por parte de turoperadores extranjeros de empezar a operar en el mercado checo, como por ejemplo, el alemán TUI o el ucraniano Join Up. Estos dos turoperadores no tienen filiales en Chequia, sino que venden sus paquetes a través de los agentes minoristas.

A lo largo de 2023 y 2024, las Asociaciones junto con el Ministerio de Fomento Local y Regional, han abordado los siguientes problemas:

- Actividad ilegal de agencias o individuos que operan en el mercado checo sin licencia y sin pagar al fondo de garantía obligatorio (escuelas, clubs deportivos, fitness, etc.).
- La continuidad de las garantías concedidas por el Banco Nacional de Desarrollo (BND) a las agencias de viajes para que estas puedan hacer frente al seguro obligatorio contra la quiebra (que empezó a aplicarse en la pandemia). La garantía bancaria del BND asciende al 75% de la franquicia exigida a la agencia de viajes hasta el 30% del límite del seguro (suma máxima asegurada). En lugar de depositar el efectivo básico, las agencias de viajes deben entregar a la aseguradora que proporciona el seguro una garantía bancaria del BND. De este modo, las agencias de viajes disponen de recursos propios que pueden utilizar para proseguir sus actividades.

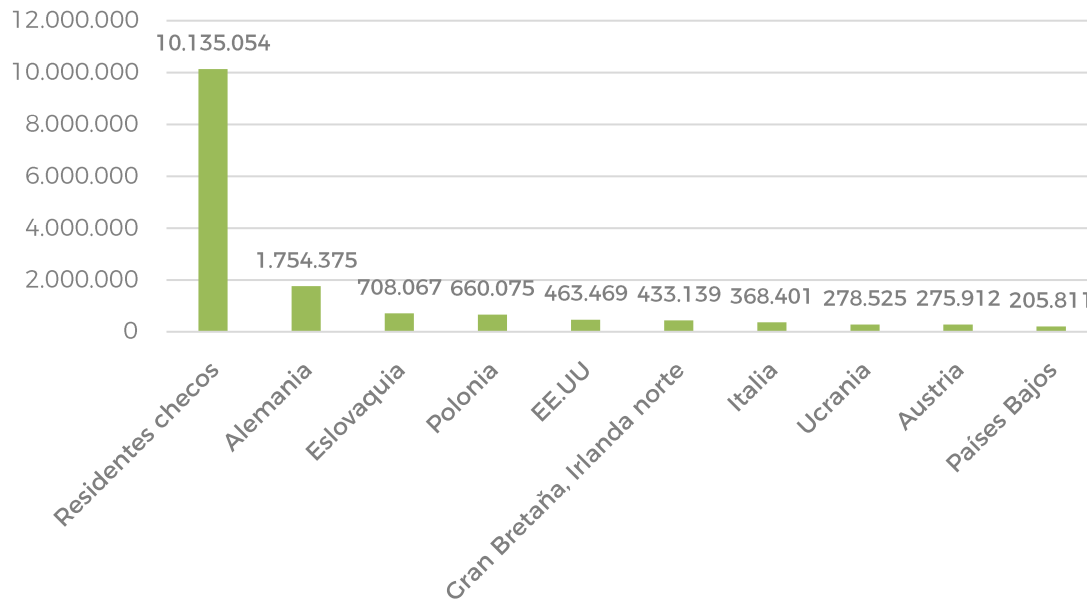
- Conseguir que no se apruebe la norma propuesta por la UE para fijar el importe máximo del anticipo que debería pagar el cliente a la agencia de viajes en concepto del coste del paquete porque se corre riesgo de que no sea suficiente para que las agencias puedan costear prepagos del viaje en la fase preparativa, por ejemplo, billetes de avión, prepagos a los hoteles, etc.

A nivel de **turismo emisor**, en 2023, los residentes checos realizaron **20,3 millones de viajes**, tanto largos como cortos o de negocios, mientras que en 2022 llegaron a realizar casi 26 millones de viajes. El descenso más significativo en 2023 se registró en los viajes nacionales cortos (-26,4%), mientras que el número de viajes largos dentro de la República Checa fue un 15,1% inferior en términos interanuales.

En 2023, se efectuaron en total 18,34 millones de viajes, un 13,44% más que en 2022, de los que 10,13 realizaron los residentes checos (turismo interno). Los principales destinos receptores del turismo checo fueron Alemania, Polonia, Eslovaquia, Estados Unidos y Reino Unido.

8

Principales mercados emisores a República Checa



Fuente: INE República Checa.

Según los últimos datos del INE checo, Praga recibió a 7.437.897 turistas, un 24% más que en 2022 y un 8% menos que en 2019. La composición de los turistas extranjeros está formada principalmente por visitantes de Alemania (1.030.017), Estados Unidos (424.957) y Gran Bretaña (397.220). También es notable la presencia de turistas de destinos lejanos como Corea del Sur o Taiwán. En los dos últimos años, los visitantes checos han representado sistemáticamente en torno a una quinta parte del total. Los datos muestran también el éxito de las campañas sistemáticas dirigidas a la clientela de lujo y de alto nivel, con hasta un 70% de visitantes alojados en hoteles más caros.

A mediados de julio de 2021 había en Praga 6.972 alojamientos de Airbnb registradas con una capacidad total de al menos 18.732 camas (Fuente: *Dpto.turismo Ayuntamiento de la capital de Praga, datos sin actualizar a 2024*).

9 | La campaña de Czechtourism para atraer turistas extranjeros llamada Unexpected Wellbeing se basa en la idea de que la República Checa es de facto un gran balneario. Es tan relajante, su naturaleza es tan hermosa y su cultura tan rica que, aunque el motivo del viaje sea otro, la sensación es relajante como estar en un balneario. Czechtourism está acudiendo a dos grandes portales promocionales: para el turismo interno, [Kudyznudy](#) y, para turismo receptor [VisitCzechia](#). Para atraer a los turistas extranjeros a Praga, la campaña se centra en el centenario de la muerte de Franz Kafka.

Fuente: <https://www.czechtourism.cz>

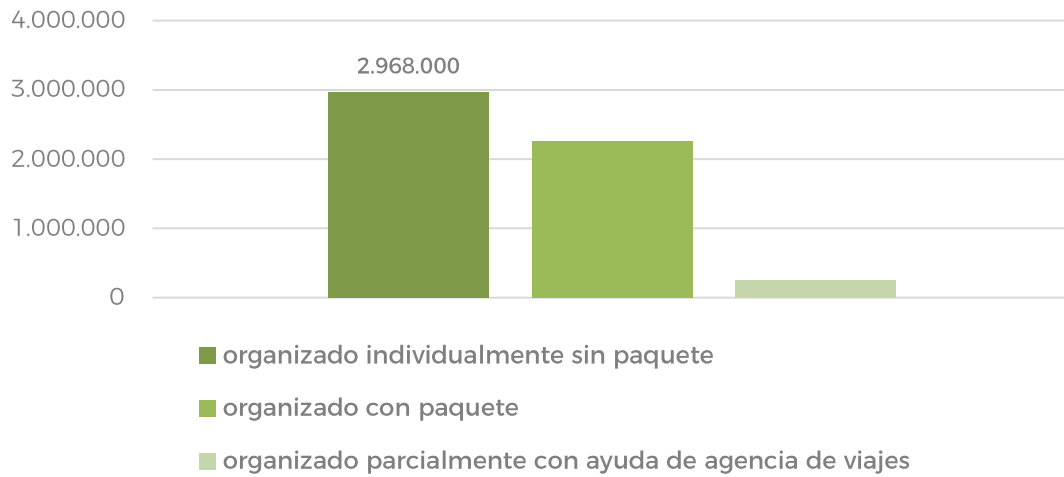
TURISMO EMISOR

A pesar de la coyuntura internacional (conflictos bélicos, incremento de precios de las materias primas) los checos continúan manteniendo su deseo de viajar al extranjero.

En 2023, los checos realizaron al extranjero en total **5,661 millones de viajes largos** y **1,8 millones cortos**. El crecimiento interanual se registró en los viajes largos al extranjero en un **+7,7%**, mientras que el aumento del número de viajes cortos al extranjero fue más significativo, con un **2023 +33,0%**.

Según el INE checo, prevalecieron los viajes individuales sobre los organizados por agencias de viajes.

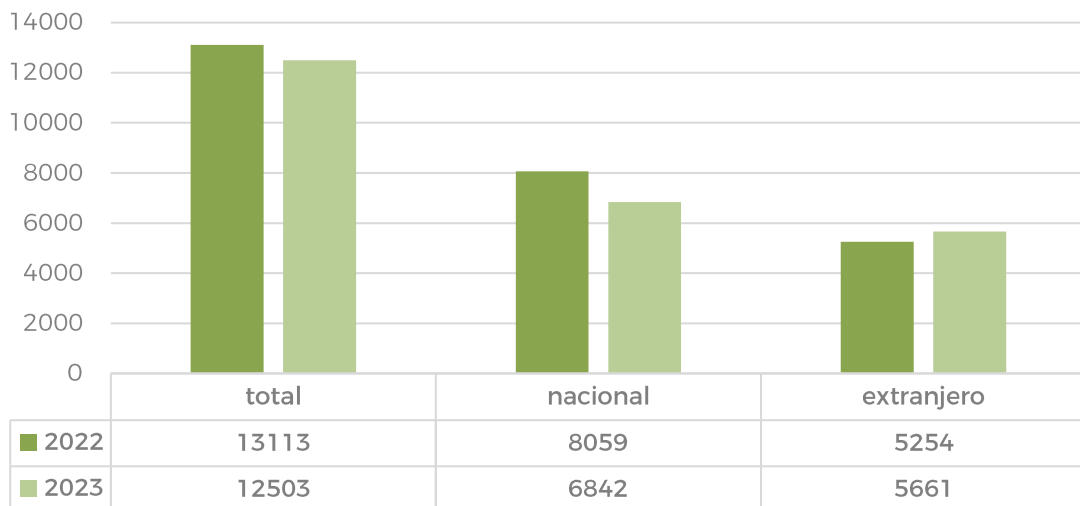
Cuota según la organización de viajes



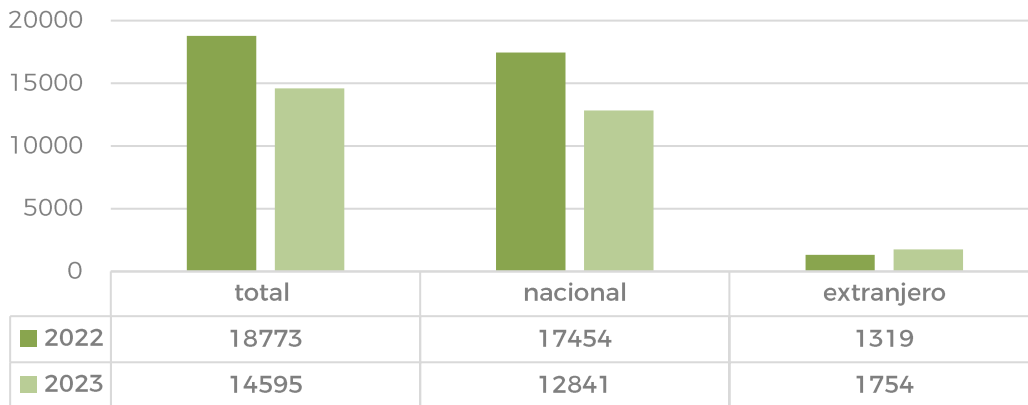
10

El aumento de viajes cortos al extranjero se debe a tres factores: El primero es efecto del aumento en el número de líneas aéreas que operan rutas desde República Checa; el segundo, se debe al incremento de precios en Chequia por los servicios de hostelería y alojamiento,- lo que se traduce en que los viajes al extranjero son más económicos que las estancias en territorio nacional,- y el tercero se debe a un cierto cambio de tendencia en las prioridades de los residentes checos.

Viajes largos de residentes checos (en miles)



Viajes cortos de residentes checos (en miles)

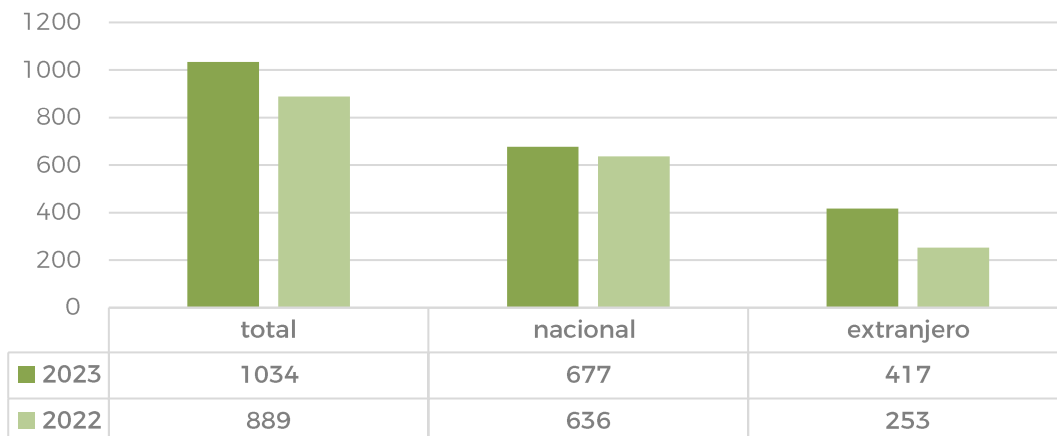


Los viajes de negocios de los residentes checos al exterior incrementaron en 2023 en 64% frente a 2022, pero el número medio de pernoctaciones se acortó, pasando de 4,6 en 2022 a 3,1 en 2023.

11

El sector MICE en Praga mantiene su tendencia al alza tras el parón causado por la pandemia. En 2023, según datos agregados de la Oficina de Convenciones de Praga y del INE checo, Praga acogió un total de 4.889 congresos y conferencias, con 691.103 delegados, lo que representa un aumento interanual del 25% y del 12%, respectivamente. Sin embargo, sigue sin superar el año récord de 2019.

Viajes de negocio de los residentes checos (en miles)



Tradicionalmente, la mayor parte de las actividades MICE ha procedido del continente europeo (88,5%). Sin embargo, en 2023 Estados Unidos, tras cuatro años, volvieron al primer puesto, seguido de Reino Unido, Alemania, Francia y Bélgica.

Praga es desde hace tiempo la primera opción de los organizadores de eventos extranjeros en la República Checa. En 2023, el 35,5% de todos los eventos celebrados en la República Checa se dirigieron a la capital, según datos de la Oficina Checa de Estadística. Le siguieron la Región de Moravia Meridional (18,9%), la Región de Olomouc (8,3%) y la Región de Bohemia Central (7,4%).

En clave internacional, Praga sigue manteniendo su posición entre los destinos de congresos más deseados del mundo. En la clasificación, que elabora anualmente la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) en función del número de congresos con rotación internacional y participación de más de 50 delegados, Praga ocupó este año el sexto puesto mundial, y en Europa el quinto.

Factores influyentes en el turismo checo

12

- La corona checa respecto al euro tuvo a lo largo de 2023 una tendencia oscilante, pero se mantenía a un nivel bastante fuerte y al final de 2023 se situaba a 25 coronas checas por 1 euro. Cada vez más turoperadores están reclamando la aceptación del euro como moneda nacional para evitar dichas oscilaciones.
- Pese a que en 2023 la tasa promedio de la inflación era de 10,7 %, y en abril 2024 la tasa media de inflación anual alcanzó el 6,3% , ello no desincentiva a los checos a la hora de viajar. Una cierta reducción de la inflación se ha traducido en un aumento inesperado de ventas de paquetes turísticos *at first moment*. Los grandes turoperadores han decidido no esperar como en 2022 y 2023 y han lanzado sus ofertas para el verano de 2024 ya a finales de 2023 consiguiendo vender *at first moment* casi un 35-40% de su oferta de paquetes, un 25% más que en 2022/3.
- Respecto al segmento 55+ debe tenerse en cuenta la revalorización de las pensiones en 2022 y 2023, circunstancia esta que ha producido 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 reconocido legalmente un derecho al disfrute de 4 semanas de vacaciones, lo que, unido a que de manera convencional algunas empresas añadan 1 semana adicional de vacaciones, hace que un tercio de la población disponga 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.

Asimismo, el hecho de que el permiso de maternidad en Chequia se disfrute durante 6 meses y posteriormente quepa 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 Europa en Datos), se facilita la realización de viajes en familia fuera de temporada.

13

Según los datos de INE checo, 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.

Otro factor importante es que, 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. *(Encuesta realizada por Home Credit, banco, enero 2021)*

Casi la mitad de los checos busca una combinación de vacaciones activas y relajantes. El relax junto al mar, en la piscina o en la casa de campo es la opción principal elegida por una de cada tres personas. Más del 90 por ciento no tiene intención de trabajar en

vacaciones, y el 73 por ciento de los encuestados no se lleva ordenador ni teléfono de trabajo¹.

En cuanto al género, las mujeres prefieren optar por viajar a destinos de sol y playa; turismo de yoga o deporte ligero, 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 puedan practicar deportes como ciclismo, buceo, pesca o caza.

En lo que respecta a la población jubilada, es la que rompe el patrón de estacionalidad, y prefieren viajes con una combinación de productos como sol y playa y arte cultura. Últimamente, también buscan viajes con turismo activo. El número de personas mayores de 65 años que viajan solas o con amigos se ha duplicado de un año a otro, pero siguen siendo fieles a los destinos más tradicionales.

14

Los viajes al extranjero en 2023 fueron principalmente de **descanso y vacaciones** (88,6% de los viajes largos y 77,0% de los viajes cortos) con **alojamiento en hotel** (67,7% de los viajes largos y 57,0% de los viajes cortos).

El principal medio de transporte fue en la mayoría de los casos el vehículo privado (44,2% de los viajes largos y 76,8% de los viajes cortos), y el avión (43,5%) en el caso de los viajes largos.

La mayoría de los viajes al extranjero en 2023 se organizaron individualmente (52,4% de los viajes largos y 89,1% de los viajes cortos), y en el caso de los viajes largos también a través de un agente o agencia de viajes (47,6%).

Cuatro de cada 10 checos tiene mínimo 2 vacaciones al año, el resto tan solo una vez, o las principales en verano y las más cortas en invierno.

La media de estancia en el caso de los viajes largos al extranjero en 2023 fue de 7,6 noches y con un gasto de 1.948 CZK (82 euros) al día. En comparación con 2022, fue 0,1 días más corta y un 6,0% más cara por día. El viaje medio más corto al extranjero fue de 2,4 noches y el gasto medio diario fue de 1.759 CZK (74 euros). En una

¹ (Fuente: INE checo, Asociaciones de turoperadores, Metro, iDnes).

comparación interanual, la duración del viaje siguió siendo esencialmente la misma, pero el gasto medio diario aumentó un 12,3%.

Fuente: INE checo

Gastos en el extranjero

- El precio medio de los paquetes turísticos semanales vendidos por agencias el año pasado (2023) fue de 800 eros/persona (con transporte aéreo) y de 475 euros/persona (en autobús). En el año 2023, los precios del alojamiento y el transporte han subido entre un 10-20%. Los precios de los viajes para 2024 reproducen esencialmente los de 2023 sin aumentos notables.
- A la subida de precios de los paquetes turísticos contribuyó también la demanda de los checos de hoteles de categoría superior con servicios de alta calidad. En los últimos 5 años, las agencias de viajes estuvieron comercializando estancias en hoteles de 3* y 4* junto al mar, pero desde el año 2023, la demanda de viajes aéreos se ha ido desplazando hacia hoteles de 4* o 5* junto al mar, en un régimen de todo incluido y otros servicios adicionales con coste extra: como traslados privados al aeropuerto, habitaciones con vistas al mar, asientos pagados en el avión, etc.

(Fuente: Invia, Asociación de TTOO y AAVV)

En sus viajes al extranjero, los turistas checos prefieren:

- visitar los monumentos locales (51%).
- degustar la cocina local y vivir las tradiciones locales (27%).
- En cuanto al alojamiento, prefieren un hotel con todo incluido, barra libre y buffet (34%).
- Los turistas checos buscan también actividades de bienestar y de salud y belleza (es decir, balnearios) en sus vacaciones (16%).
- Algunos checos se decantan por destinos vacacionales con variedad de actividades para los niños (16%) o la práctica de deportes (7%), así como viajar en caravana o acampar, por ejemplo en un bosque o junto a un lago (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.

(Fuente: encuesta Revolut, agencia Invia)

En 2023 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 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 105 mil vehículos. En cuanto a España, se han creado varias webs en checo que informan sobre autocaravaning y sus normas en España, e incluso hay empresas checas que se han constituido en destinos españoles como, por ejemplo, Málaga. El hecho de que el autocaravaning esté en boga lo atestigua el creciente número de ferias en Chequia enfocadas a este modo de turismo, Holiday World inclusive.

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%).

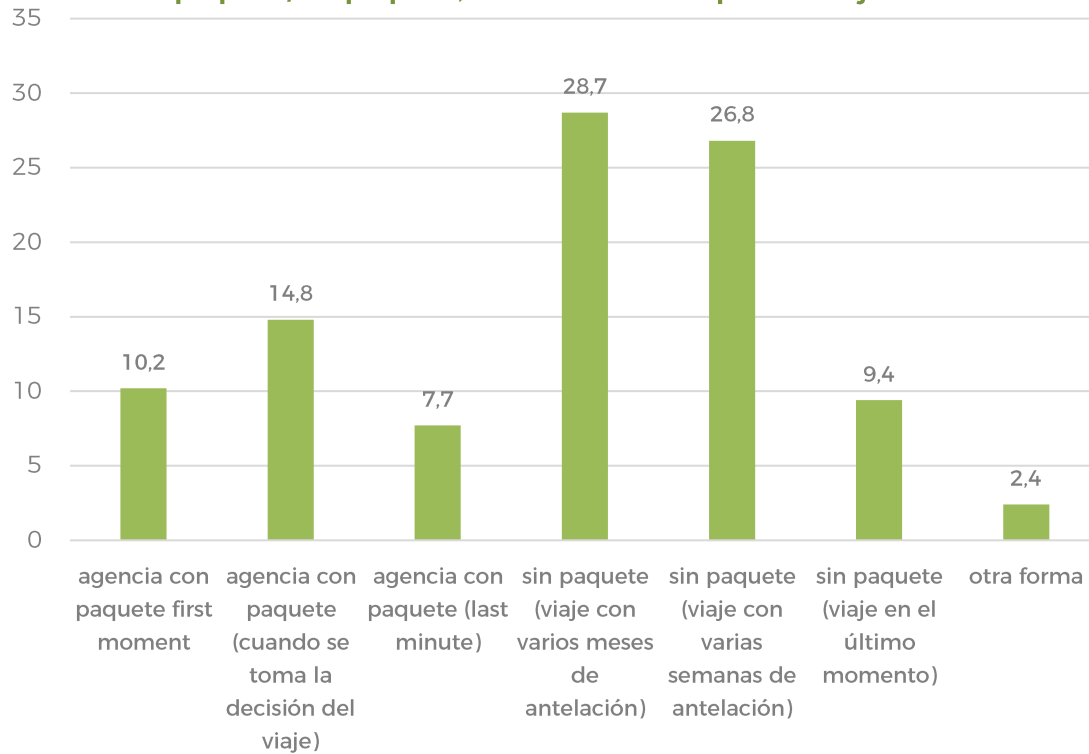
16

Uno de los aspectos genuinamente checos es la posibilidad de utilizar los llamados **benefits** que facilita la empresa a sus empleados para comprar no solamente paquetes turísticos a las agencias de viajes sino también servicios turísticos individuales como hoteles, billetes de avión, etc.

Según la encuesta de Ipsos realizada para la empresa Sodexo benefity, que gestiona este tipo de beneficios, en noviembre 2023, el 32,7% de los residentes checos prevén comprar paquetes turísticos a las agencias de viajes y el 67,3% prevén viajar por su cuenta preparando su propio viaje.



Con paquete/sin paquete, momento de compra del viaje



17

Destinos de viaje preferentes

A la hora de evaluar los destinos de viajes preferentes, hay que tener en cuenta varios aspectos que inciden en la toma de decisión de viajar: si se toma como referencia la organización del viaje a través de agencia o de manera individual; si es a través de agencia pero dentro de un paquete vacacional o no; la época del año en que se realiza en viaje, el medio de transporte utilizado...etc.

Otro aspecto a tener en cuenta a la hora de comparar los destinos que promocionan el mismo producto, por ejemplo, sol y playa, y el número de turistas checos que los visitan, es el hecho de que no dispongamos de los datos comparativos de otros destinos desagregados por meses, y por ello se comparan cifras que incluyen todo el año.

Según el INE checo, la mayoría de los viajes largos y cortos al extranjero en 2023 fueron a países de la Unión Europea (76,2% de los viajes largos y 97,0% de los viajes cortos).

En la temporada invernal:

- Los destinos preferentes son Italia, Austria y Francia – para la práctica de esquí.
- Egipto e Islas Canarias o destinos exóticos como Omán, República Dominicana, por su clima.
- Hungría, Polonia, Eslovaquia y Alemania - turismo termal.
- Crece el interés por visitar Madeira.

Primavera y otoño:

- Circuitos culturales y turismo urbano.
- El interés por destinos de sol y playa se alarga en el tiempo, comenzando en mayo y prolongándose hasta octubre.
- Viajes relacionados con festivales de música, conciertos, eventos deportivos, exposiciones, etc.

Verano

- Prevalen destinos de sol y playa (todos los países mediterráneos), pero también turismo activo (Eslovaquia, Austria, Alemania – para la práctica de ciclismo y senderismo).

18

A la hora de elegir un lugar de vacaciones donde pasar una estancia de 4 días o más, los checos prefieren desde hace algún tiempo **Croacia** (14,4% de los viajes largos), **Eslovaquia** (12,3%) e **Italia** (11,2%) lo siguen en la lista, según los datos del INE checo. **Egipto** acaparó el 6,4% de los viajes largos en 2023. Sin embargo, más populares que Egipto en 2023 fueron **Grecia** (7 % de los viajes) y **Austria** (6,8%). El número de viajes a estos países, con la excepción de Croacia y Egipto, aumentaron en términos interanuales, y el incremento más significativo se observó en los viajes largos a **Italia** (+22,6%).

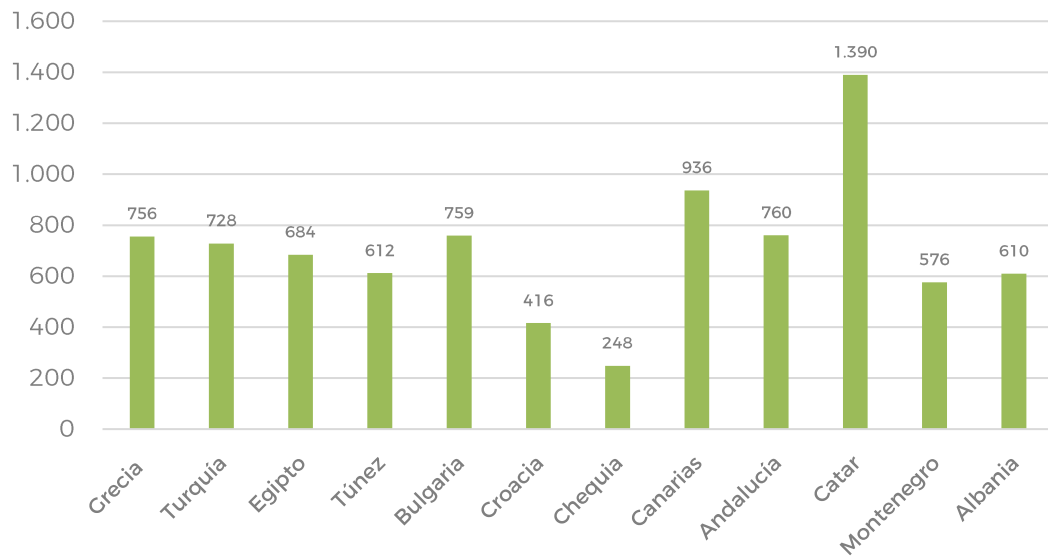
Los **viajes cortos** al extranjero de los ciudadanos checos se dirigieron, como es habitual, en su mayoría a Eslovaquia. En 2023, más del 34% de los viajes cortos al extranjero tuvieron como destino este país (603 mil viajes), con un incremento interanual del 16,2%.

El país que experimentó un fuerte aumento de viajes cortos **fue Polonia, casi un 60% en 2023**, con un 18,2% de los viajes cortos de residentes checos a este país del total en 2023. (INE checo)

Comparación de los precios promedios de paquetes turísticos vacacionales – junio 2024:

- Todo incluido
- 1 adulto en habitación doble, hotel 4*
- Cercanía a la playa
- Transporte – vuelos o autobús
- Servicios en destino en lengua checa
- No incluye extras (seguro, excursiones)

Precio paquete turístico, 1 semana, 1 adulto



Fuente: iDnes, webs de turoperador Fischer y Exim tour e Invia)

Polonia

El año pasado, 230.000 personas procedentes de la República Checa se alojaron en Polonia, lo que supuso un 36% más frente a 2019. Polonia creció en especial en lo que se refiere a los viajes cortos y familiares, así como aquellos enfocados en turismo termal. El interés de los turistas checos por Polonia se equipara así al número de visitantes procedentes de Italia o Francia. Polonia también abrió a mitad del año 2023 su Oficina de Turismo en Praga.

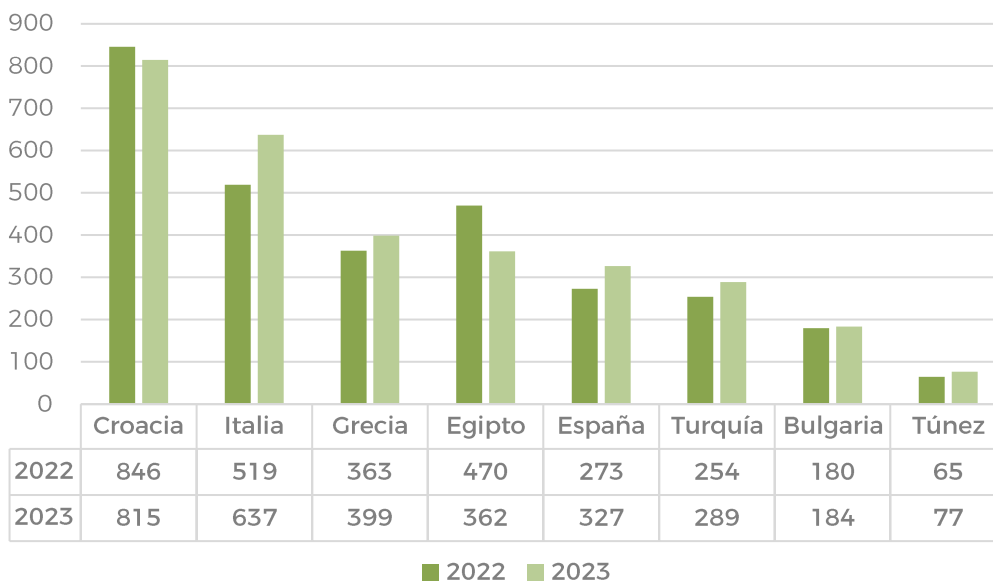
Eslovaquia

La vecina Eslovaquia no pertenece a los destinos que rivalicen con los de sol y playa, pero sumando los viajes de larga duración y los de corta duración (698 mil, larga

estancia; 603 mil, corta estancia), ocuparía el primer lugar. No obstante, el dato incluye tanto a los checos como a los eslovacos que viven y trabajan en la República Checa y suelen visitar con frecuencia a sus familiares en Eslovaquia (la entrada de Eslovaquia en la zona euro desde 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 en 2009 a 214.907 a finales de diciembre de 2022, según datos de la Oficina Checa de Estadística y el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales checo).

Comparación de los destinos competidores en el segmento sol y playa, viajes largos, (Las cifras son las que ofrece el INE checo y no son exactamente las que ofrece el INE español, pero se utilizan para poder establecer una comparación).

Viajes largos, destinos competidores sol y playa (en miles)



20

Croacia

Es un destino principalmente estival y desde hace muchos años ocupa el primer escalón entre los destinos sol y playa. No obstante, en 2023 notó un descenso de turistas checos (-4%), debido al incremento de precios por la entrada en la zona euro y la inflación. Croacia cuenta con conexión aérea directa (Split y otros) pero a partir de 2024 se suspende el servicio ferroviario ofrecido por la compañía Regiojet, dado el descenso en el volumen de usuarios y su preferencia por otro tipo de medios de transporte como



el autobús o el avión. Igualmente, se ha reducido el número de visitantes checos que viajan a Croacia en vehículo particular.

Italia

Italia recibió 637 mil residentes checos en 2023, 11% más frente al año anterior. Figura entre los destinos cercanos para aquellos checos que quieren ir en vehículo particular a destinos de sol y playa. Igualmente se trata de un destino predilecto en la temporada invernal (para la práctica del esquí) y los circuitos culturales.

Grecia

En 2023 visitaron a Grecia unos 399.000 checos (+ 10%). Grecia es destino favorito entre los checos por el tipo de alojamiento y gastronomía, aunque igual que en el caso de España es más caro que, la denominada Riviera turca ya que no ofrece tantos complejos turísticos con todo incluido.

Egipto

Uno de los destinos favoritos de 2023 fue Egipto. Es una destino popular sobre todo en la temporada de invierno. Resulta atractivo para los checos porque dispone de nuevos complejos turísticos de 5* todo incluido a precios muy asequibles. El mayor atractivo, no obstante, son sus temperaturas y calidad de las aguas, combinado con unas condiciones ideales para el buceo. El número uno entre los complejos egipcios es Hurghada, con sus 90 km de costa, seguido del original puerto de Sharm el-Sheikh, Safaga y Marsa Alam. No obstante las buenas cifras de 2023, estas sufrieron un descenso de 23% en comparación con 2022.

Turquía

En 2023 Turquía recibió 289 mil residentes checos (+13%) y, a pesar del devastador terremoto sufrido en el país, los checos no cancelaron los paquetes vacacionales adquiridos con anterioridad. Turquía se mantiene como es uno de los mayores rivales de España en el segmento sol y playa, porque ofrece complejos turísticos de gran calidad en la llamada Riviera turca, con todo incluido y variedad de actividades culturales. Asimismo, el destino tiene una muy buena relación calidad/precio para los checos debido a la devaluación de la moneda local y la frecuencia de los vuelos directos.

Bulgaria

Bulgaria experimentó un gran crecimiento en los años previos a la pandemia y antes del estallido de la guerra en Ucrania, y ello se debió, entre otras cosas, a que los checos mostraban mayor interés en complejos turísticos de 3* y 4*. Lamentablemente el INE checo no dispone del número de turistas checos que visitaron este país en 2022 y 2023,

pero casi todas las agencias de viajes consultadas que ofrecen viajes a este destino, incluso por vía ferroviaria, afirman que hay un descenso notable en las ventas, dada la situación geopolítica.

Conclusión:

Al igual que en años anteriores, la mayoría de los residentes checos van a viajar a Turquía, a las islas griegas o la costa del Adriático en el verano de 2024. La sobresaturación de los destinos tradicionales estivales ya se manifiesta en la creciente tendencia a optar por destinos menos concurridos, como Albania y Montenegro o la prolongación de la temporada vacacional para escalonar las llegadas en los destinos tradicionales de sol y playa. La duración de la estancia es cada vez más corta: en 2024 rondará en torno a ocho días. De ahí que haya menos propensión al uso de medios de transporte terrestres y mayor recurso al avión, especialmente por aquellos que adquieren paquetes turísticos. Según Invia, este cambio es especialmente notable en destinos como Croacia, tradicionalmente accesible con vehículo particular, pero cuyo coste se equipara, cuando no supera, al de los billetes de avión.

(Fuente: Instituto Nacional de Estadística checo. Diario idnes, portal Kurzy.cz.)

22

Canales de comercialización

Canales a través de agencias:

Actualmente, cara al verano de 2024, operan en Chequia seis grandes turoperadores relevantes. Algunos de estos turoperadores empezaron a fusionarse o fueron absorbidos en los últimos años:

1. El grupo alemán Der Touristik representa en el mercado checo a las agencias de viajes Fischer, Exim Tours, Nev-Dama y eTravel.cz. Según los datos publicados por la empresa, los ingresos del grupo superaron el año pasado los 17 000 millones de coronas checas (68 millones euros), con unos beneficios EBITDA en millones de euros.
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 2023, Čedok quintuplicó su EBITDA interanual hasta 350 millones de coronas checas (140 millones euros). Experimentó un incremento anual de sus ingresos en un 56%, y en un 55% del volumen de clientes: en total, más de 420.000 clientes, la cifra más alta desde 1989. Está operando también en Hungría y Eslovaquia.



3. Alexandria – es el mayor turoperador para Bulgaria,- donde tiene sus propios hoteles -, y Grecia, pero opera también otros mercados como España e Italia.
4. Blue Style – la agencia de viajes familiar más grande del mercado. Está enfocada en los viajes multigeneracionales y su principal destino es Egipto. En España, su destino más relevante son las Islas Baleares. En 2023, El EBITDA de la empresa también aumentó en 25% frente a 2022 hasta alcanzar los 560 millones (23 millones de euros). Blue Style atendió a 450.000 clientes el año pasado, casi un 25% más que el año anterior. El año 2023, cerca del 80% de los viajes que comercializan se vendieron por Internet, a diferencia de Čedok, que vende el 80% de sus viajes (paquetes) en tiendas físicas.
5. Travel Family – grupo que nació en 2019 como resultado de la fusión de varias agencias mayoristas: Vítkovice tours (enfocado en Croacia), Viamare (orientado en 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. La cuota en viajes organizados en este destino es del 45% y su peso en el mercado 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.
7. 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.

FUENTES DE BÚSQUEDA DE PAQUETES TURÍSTICOS

	2023
Agencia mayorista mediana o minorista local	13%
Grandes turoperadores como Čedok, Fischer, Exim, y otros	18%
Invia,el mayor portal de venta de paquetes turísticos de turoperadores	12%
Zájezdy.cz – otro portal de venta	8%
Agencias de viajes extranjeras	12%
Booking, AirBnb, Kiwi	24%
Búsqueda en Google/Seznam/Mapy	10%
Otros	21%

(Fuente: Invia, Komoraplus, Kiwi):



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

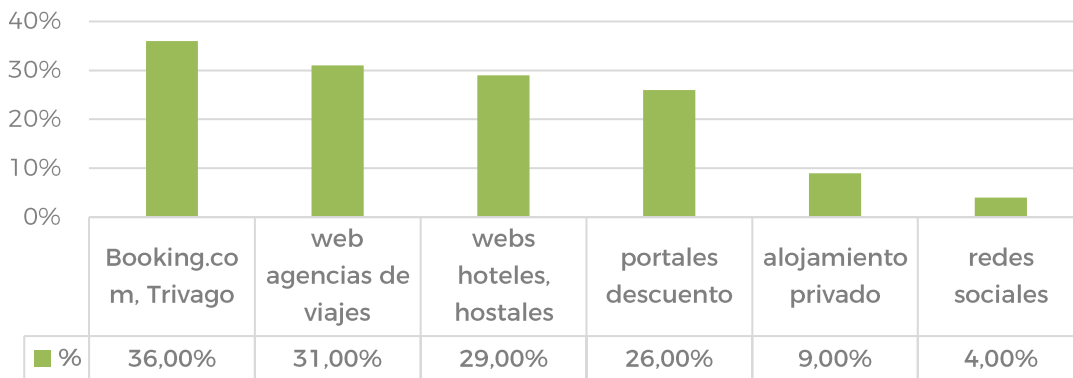
8. **Invia.cz**, a. s., es la mayor agencia de viajes de la República Checa y vendedor autorizado de circuitos en 250 agencias de viajes aseguradas. Está disponible no solo en Internet, sino también en más de 80 sucursales físicas de toda la República Checa. Der Turistik y Alexandria son los dos únicos grandes turoperadores que no comercializan sus productos a través de Invia.

Invia.cz forma parte del Grupo con el mismo nombre, 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.

24

Los viajeros individuales utilizan, en especial, para las búsquedas de billetes de avión y ofertas de alojamiento y otros servicios los siguientes portales: Skyscanner, cKlub que colabora con el portal aéreo KIWI y Levné letenky-Hlídač letenek que pertenece al grupo empresarial de SmartWings, así como el portal Asiana y Letuska.

Vías de reserva del alojamiento



Fuente: Eurostat, Instituto Nacional de Estadística checo

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.

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

25

FUENTES DE INFORMACIÓN

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

Fuente: Encuesta de Ipsos encargada por CzechTourism 2022 (no hay datos actualizados a 2023)

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.

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 (Porovnavac, Cestuj levne, na cesty, etc.).

Según la Asociación de TTOO (ACK), alrededor del 40% de las personas compran sus viajes a través de Internet, aplicaciones móviles o minoristas operativos como Invia. Una proporción mayor de viajeros busca información en internet, pero luego quiere discutir sus opciones y los detalles del viaje con un agente de viajes en una oficina física. Por eso los grandes turoperadores siguen manteniendo o aumentando el número de oficinas, en especial, en los centros comerciales (Fuente: Asociación de TTOO, Čedok).

La promoción publicitaria de agencias de viajes o de organismos de turismo se suele hacer mayormente en los siguientes medios (*fuentes: encuesta de portal seznam.cz*):

26

- 63% - online en portales Seznam.cz, Google, Sklik, iDnes, Novinky.cz, Extra.cz, Lidovky.cz; Centrum.cz; Expres.cz, Isport.cz, Aktualne.cz
- 16% - Medios de transporte como metro y tranvías (Praga, Brno, Ostrava), 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.

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, Koktejl;
- Portal www.hedvabnastezka.cz para viajeros individuales y aventureros; portal Turistika.cz donde los viajeros comparten experiencias.
- Blogs de los checos residentes en otros países o viajeros.
- 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.;
- Revistas como LUI, Luxury travel, Choice enfocados a clientes de alto standing.
- Foros de viajeros especializadas con presentaciones de los viajeros experimentados, autores de guías, documentales, intervenciones de fotógrafos, influencers.

27

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%.

Fuente: Encuestas de Seznam, eHotel.cz, ACK, Tourtada 2022 y 2023.

Situación de la conectividad aérea en general

En 2023, el aeropuerto de Praga atendió 13,88 millones de pasajeros el año pasado. En 2022, el número total de pasajeros en todo el año fue de casi 10,8 millones, lo que supone un aumento interanual del 29%. El aeropuerto de Praga espera atender 15,5 millones de pasajeros en 2024.

En 2023 el aeropuerto se aproximó al número de pasajeros atendidos en 2019. En el año récord de 2019, desde Praga se voló a 190 destinos, y en 2023 fueron 167.

Reino Unido, Italia, España, Turquía y Francia fueron los países con más pasajeros en 2023. La ruta más utilizada por los pasajeros fueron los vuelos directos entre Praga y Londres, que prestó servicio a 1,1 millones de pasajeros. Le siguió París, con casi 700.000 pasajeros, y en tercer lugar se situó Milán, con 545.000 pasajeros. Unos 538.000 pasajeros viajaron a Ámsterdam y un total de 440.000 a Estambul. Smartwings, Ryanair, Wizz Air, EasyJet y Eurowings fueron las aerolíneas que más pasajeros transportaron el año pasado.

En 2023, han aparecido nuevas rutas y destinos, por ejemplo, Agadir (Marruecos) con Eurowings; **Bilbao, con Vueling**; Dubrovnik (Croacia), con Croatia Airlines y East Midlands (Reino Unido) con Ryanair y Jet2. Ryanair también ha añadido nuevas rutas a Gdansk (Polonia), Rimini (Italia), **Sevilla (España)** y la isla griega de Skiathos. Tras una pausa, Korean Air regresó a Praga con su ruta a Seúl. Entre los recién llegados al aeropuerto figuran Icelandair, con vuelos a Keflavik; China Airlines, con una ruta a Taiwán, y World2Fly, que empezó a ofrecer vuelos chárter directos a Vietnam, la República Dominicana y Cuba.

Líneas con frecuencias aumentadas:

Ámsterdam con KLM - 6 vuelos diarios

Madrid con Iberia – 2 vuelos diarios

Catania con Wizz Air - 4 vuelos semanales

Bakú con Azerbaijan Airlines - 3 vuelos semanales

Marsella con Ryanair - 3 vuelos semanales

28

Fuente: Letiště Praha (aeropuerto Praga)

SMARTWINGS sigue siendo la compañía aérea checa más fuerte y la que más servicios chárter ofrece a los turoperadores. En 2021, Smartwings 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 2023 con la agencia de viajes Čedok con el plazo hasta 2027.

Smartwings, a.s. opera en el mercado desde hace 27 años y es la mayor compañía aérea checa perteneciente al Grupo Smartwings. El Grupo también incluye las aerolíneas Smartwings Poland, Sp. z.o.o., Smartwings Slovakia, s.r.o., Smartwings Hungary, Kft. El Grupo Smartwings opera vuelos regulares, vuelos chárter y vuelos privados de negocios.

Debido a la gran demanda de vuelos de Smartwings, en 2024 la capacidad aumentará un 16% en comparación con la pasada temporada de verano.

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.

Según el diario económico Hospodářské noviny (HN), los propietarios de la empresa han decidido en abril de 2024 lanzar a la venta el grupo aéreo Smartwings o parte de él. Según fuentes de HN, la aerolínea alemana de bajo coste Eurowings se encuentra entre los postores serios. HN también informó de que algunas fuentes especulaban con el interés de la compañía aérea polaca LOT o de la aerolínea turca de vacaciones SunExpress.

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.

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 turoperadores 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

Los elevados precios de vacaciones preocupan este año al 35% de los checos, según la encuesta realizada a principios de 2024 por la Compañía Europea de Seguros ERV. El mismo 16% de los encuestados tiene previsto elegir un destino o alojamiento más barato. El 13% de los checos ahorrará dinero en alimentación y el 8% acortará sus vacaciones. Un tercio de los checos no se irá de vacaciones este año por motivos económicos, según la encuesta.

A pesar de eso, los checos que disponen de capacidad económica suficiente planifican sus vacaciones a lo grande en 2024. Gracias a una inflación moderada, el interés por los viajes de verano ha aumentado con respecto al año anterior en un 25%. Ya sean familias con niños, parejas jóvenes o personas mayores, la elección de los destinos veraniegos no difiere mucho. Los checos simplemente quieren darse un capricho con comodidad. Por eso la mayoría elige el avión (87%) con una oferta de todo incluido (75%) y el alojamiento en un hotel de cuatro estrellas (46%).

Fuente: Invia.

Según la encuesta del banco Revolut, a la pregunta de en qué mes planean los checos sus vacaciones principales en 2024, más de la mitad de los encuestados mencionaron julio y agosto (29% y 24% respectivamente). Un tercio de los checos encuestados planea vacaciones en su país. El 41% planea vacaciones en el extranjero. El 6% aún no lo ha decidido.

¿Cuáles serán los destinos turísticos más populares en 2024? Según la Encuesta de Tendencias de Viajes realizada por Revolut, la mayoría de los checos planean sus vacaciones en Croacia (6% de los encuestados), Italia (6%), Grecia (5%), España (5%) y Turquía (3,1%). Fuera de Europa, Egipto (2%) encabeza la lista. No obstante, se prevé que Croacia note un descenso debido al incremento de precios que impactan en el turismo hasta en un 20%.

Tendencias de turismo con paquetes turísticos

30

A pesar de que la oferta turística de los turoperadores crece con nuevos destinos accesibles gracias a las rutas directas,- entre otros, Izmir (Turquía); El Cairo (Egipto), Islas Azores,- desde Praga o aeropuertos regionales, los checos siguen siendo conservadores a la hora de elegir sus vacaciones y buscan el confort y servicios de alto nivel. Por eso suelen elegir complejos turísticos con todo incluido.

Entre las tendencias de viaje de este año destaca el creciente número de viajeros solteros y mayores de 65 años, cuyo interés se duplica año tras año.

Un segmento de viajeros que está notando un fuerte incremento, son los compradores de vacaciones individuales que proceden de grandes ciudades como Praga, Brno u Ostrava. Suelen ser vacaciones con transporte aéreo de una semana, en régimen de todo incluido, con precios más elevados,- un 16% más,- que los paquetes normales. La mayoría busca algo insólito (astroturismo, glamping, aventura, o la búsqueda del silencio y desconexión durante las vacaciones).

Turismo MICE

Para 2024, se espera que el sector de las convenciones supere las cifras de 2019 en un 37% en número de delegados (en Chequia) y un 1% en número de eventos, según las estimaciones de los expertos. Sobre el turismo MICE en el extranjero o España no hay datos pero, según información directa por parte de las agencias, está creciendo el número de viajes de incentivos.



Otras tendencias

El avance del cambio climático trae consigo una tendencia completamente nueva, que puede afectar al calendario de las vacaciones nacionales e internacionales y a la elección de los destinos, en especial en verano. Se empieza a notar la tendencia de residentes checos a elegir destinos menos calurosos en los meses estivales.

En cuanto al turismo nacional, CzechTourism destaca la tradición termalista, el turismo cinematográfico, y visitas de castillos y palacios, productos turísticos que tienen raigambre entre los checos. El Sendero Checo, una ruta fronteriza de 2.000 kilómetros, ha ganado una popularidad inesperada, y también es popular la red del Club Turístico Checo, con 44.000 kilómetros de senderos señalizados.

El nuevo fenómeno lo crea el turismo sostenible. Los mayores obstáculos para viajar de forma sostenible para los checos son la insuficiencia del tiempo para practicarlo (58%), la insuficiente infraestructura del destino (57%), el dinero (21%), su propia conveniencia (15%) y los hábitos locales (5%). Así lo revela una encuesta realizada por NMS Market Research para el Instituto de Turismo Checo - CzechTourism - en enero de 2024. La encuesta también mostró que la mayoría de la población checa quiere relajarse en vacaciones y no quiere preocuparse por la sostenibilidad y pensar en las repercusiones medioambientales de los viajes (72%). Al mismo tiempo, la gente no quiere cambiar radicalmente sus hábitos de viaje, sino que lo hace gradualmente. Tan sólo el 10% de los encuestados prefiere un alojamiento más ecológico y el 13% de los viajeros tiene intención de hacerlo en el futuro. No obstante, cara al futuro, un 35% de los viajeros están dispuestos a pagar más por viajes más sostenibles, según la encuesta, especialmente los jóvenes menores de 24 años. Y personas de todas las edades están dispuestas a pagar de media un 12,5% más por viajes más sostenibles. Si tomamos como referencia el gasto medio de un checo en sus vacaciones de este verano, eso supondría unos 30 euros más.

31

Previsiones

En el año 2024 se prevé que las salidas al extranjero recuperen los niveles anteriores a la pandemia, y tanto el turismo de negocios como el de ocio alcancen los niveles de 2019. Las salidas MICE tardarán 3 años más (hasta 2027) en recuperarse completamente.

Continuará la tendencia de viajar sin paquete turístico, o mejor dicho organizar el viaje de manera individualizada reservando los servicios a última hora y por internet.



Los grandes turoperadores como Der Turistik, Cedok o Blue Style prevén un incremento de ventas entre 15 - 20% para el verano de 2024 frente al 2023.

ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR HACIA ESPAÑA

Evolución de las entradas de turistas en España desde 2016.

En total, 620.316 turistas checos llegaron en 2023 a España frente a los 478.057 en 2022, el 30 % más, y el 34% más frente al 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.

Frontur, no incluye algunas Comunidades, como por ejemplo Murcia, región favorita en verano por los residentes checos, dado que, según la metodología del INE, los registros son insuficientes como para poder reflejarse en las llegadas de turistas a esa Comunidad autónoma. No obstante, el Instituto de Turismo de Murcia indica 8.860 checos que visitaron Murcia, en especial, el Mar Menor, en 2023, con paquete turístico. INE tampoco registra el número de residentes checos que llegaron como peregrinos a Santiago de Compostela, pero según la [Fundación Jacobea](#) fueron 4.825 personas . Así que sumando al total indicado al principio, obtendríamos la cifra de 633.971 turistas checos los que visitaron a España en 2023.

32

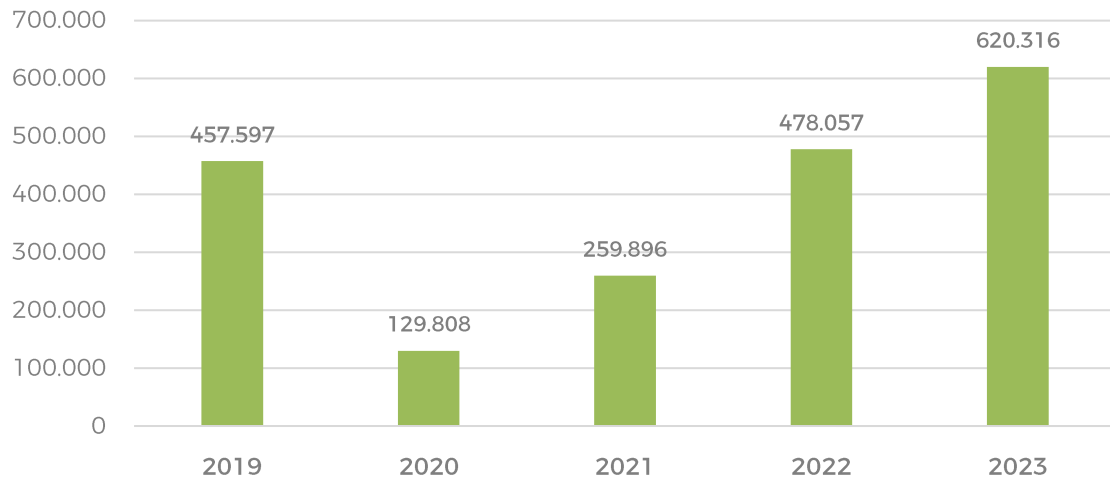
LLEGADAS DE TURISTAS CHECOS A ESPAÑA - variación

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%
2023	620.316	30 %

Fuente: INE, Frontur)



Llegadas de turistas checos a España



Viajes MICE

33

No existe ninguna estadística checa ni española relativa al 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. Andalucía es el destino número uno en lo que a los incentivos se refiere. Tampoco hay una relevante estadística de viajes de trabajo realizados por los residentes checos en España.

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 2023 en total 951 817 127 euros al año, y la variación interanual es de 47,4 %.

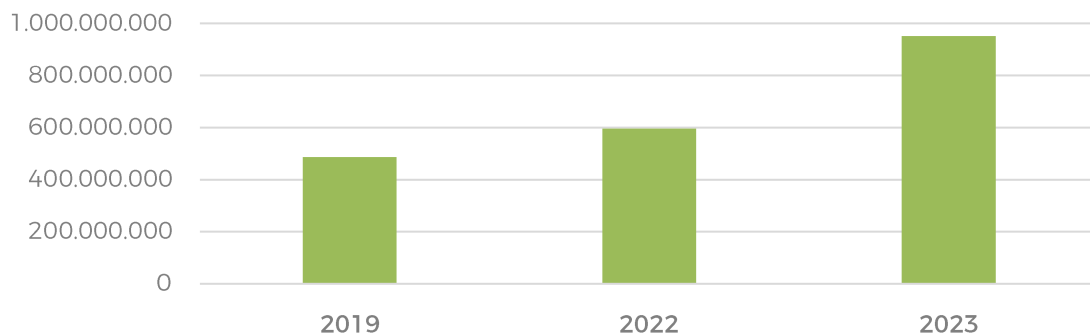
Pese a que la estancia media fue de 7 días, se produjo un fuerte incremento de gastos. El gasto medio diario fue 172 euros y por persona/estancia unos 1.183 euros. También influyó en este promedio la fuerza de la corona checa frente a euro que se empezó a notar ya en 2022 y siguió jugando el papel importante 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
2023	172 €	1 183 €	951 817 127 €	7

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

Gasto de los residentes checos en España



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

Destinos más visitados en España

Según los datos del INE, las Comunidades más visitadas en 2023 fueron las Islas Canarias y Cataluña, seguidos por las Baleares, Andalucía y Comunidad de Madrid y la Valenciana. No obstante, el abanico de destinos españoles visitados por los residentes checos es mucho más amplio (Murcia, Galicia).

LLEGADAS DE TURISTAS CHECOS A ESPAÑA (por destino)

Destino	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Cataluña	67.581	90.605	134.936	34.773	35.107	109.533	112.201 (2,1%)
Canarias	49.856	99.394	95.168	28.377	102.727	133.205	173.689 (30%)
Baleares	41.870	85.262	83.701	16.676	68.739	108.928	109.620 (0,63%)

LLEGADAS DE TURISTAS CHECOS A ESPAÑA (por destino)

Destino	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Andalucía	34.728	54.866	49.041	9.372	14.795	41.163	68.484 (66%)
Comunidad de Madrid	34.226	22.550	35.666	18.610	12.306	34.672	56.112 (61,8%)
Comunidad Valenciana	12.421	20.239	29.144	8.260	14.272	24.616	57.749 (64,7%)
País Vasco						11.573	13.108 (13%)
Murcia					1.794	3.330	8.860 (66%)

Fuente: INE

Se notó un gran crecimiento de residentes checos que visitaron a las islas Canarias, pero el mayor incremento lo notaron Andalucía, la Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana. El alto incremento en la Comunidad Valenciana frente a 2022 se debe en especial a un incremento en la frecuencia de vuelos directos entre Praga – Alicante, destino operado por tres aerolíneas. Eurowings, Ryanair y Easyjet. Además es una de las zonas donde numerosos checos tienen segunda residencia.

35

El destino más solicitado por las familias con niños fueron las islas, en especial, las Canarias, y en menor proporción las Baleares, y Andalucía. En el caso de la Región de Murcia, el Mar Menor, es un destino enfocado hacia la generación 55+, y eso, se debe en gran medida a dos turoperadores que fletan vuelos chárter hacia el destino: Delfin travel y CK Fischer. Las Islas Baleares se comercializaron menos debido a la alta demanda y el incremento de precios.

Andalucía volvió a recuperar la posición perdida entre 2020 – 2021, en especial, gracias a la apertura de una nueva ruta aérea entre Praga y Sevilla. En el invierno 2023-2024, Málaga se convirtió en uno de los destinos más visitados por los residentes checos.

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 tres ciudades más grandes checas, Praga, Ostrava y Brno.

Hay otros destinos españoles que lamentablemente no aparecen en las estadísticas del INE, pero que ilustran lo amplio que es el abanico de destinos españoles a los que viajan los checos. Según las estadísticas autonómicas, a Costa Cálida (Murcia), en 2023 viajaron



8.860 residentes checos, 4.137 con paquete, frente a 3.330 en 2022. Es un fuerte incremento y lo más destacado es que esta región empezó a ser visitada por los checos sin paquete turístico. 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 son Cantabria o Cádiz, - destino éste donde existe incluso una colonia de checos residentes, - así como los itinerarios como el Camino de Santiago, Vía de la Plata; total 4.825 personas llegaron hasta Santiago de Compostela

Capacidades aéreas

El éxito de 2023 relativo al número de llegadas de residentes checos a España viene dado, entre otros, por el incremento y la estable oferta de vuelos regulares y chárter. En total, en 2023 hubo un 33% más de vuelos que en 2022. Otro aspecto influyente es el uso de aeropuertos provinciales checos como České Budejovice, Pardubice, Brno, Ostrava para vuelos chárter a fin de incrementar la accesibilidad.

36

En 2022 se recuperó la conexión directa con el País Vasco y desde 2023 Vueling sigue operando esta conexión. Ya se ha mencionado que en 2023 Alicante fue operado por tres compañías aerolíneas y también Valencia duplicó la conexión (operada por 2 compañías). Y a partir de junio de 2024 se abre la ruta directa estacional a La Palma, hasta septiembre, por SmartWings. Asimismo, es destacable el incremento en el número de vuelos dirigidos a los aeropuertos españoles regionales, que, en su mayoría son vuelos chárter (Murcia, Reus, Ibiza, Menorca) aunque estacionales.

En total son 18 destinos españoles operados desde Chequia lo cual permite encontrar conexión, aunque con escala, casi con todas las Comunidades Autónomas españolas.

Lo más destacable es que la prolongación de la temporada y que, además de Madrid, Barcelona y Málaga, aparecen otros destinos como Palma de Mallorca, Alicante, Sevilla con vuelos a lo largo de todo el año y otros, - como Menorca o Girona, - con temporadas prolongadas hasta octubre (con vuelos chárter).

Mes	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Variación 2023-2022
Enero	118	185	198	183	39	174	155	283	128
Febrero	103	174	191	176	32	158	146	291	145
Marzo	150	244	247	147	45	217	222	347	125
Abril	238	296	294	4	68	348	284	407	123
Mayo	258	320	320	32	86	362	302	443	141



INFORME BÁSICO DEL MERCADO

REPÚBLICA CHECA 2024

Mes	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Variación 2023-2022
Junio	354	443	416	6	144	393	328	571	243
Julio	407	476	437	123	207	411	378	607	229
Agosto	409	497	464	165	208	412	391	609	218
Septiembre	371	444	420	119	181	382	354	603	249
Octubre	262	315	331	71	187	348	349	481	132
Noviembre	210	232	235	37	159	10	316	364	48
Diciembre	224	241	240	54	175	0	325	375	50
Total año	3104	3867	3793	1117	1531	3215	3550	5236	+1831

Fuente: Elaboración propia a base de los datos INE - n° de vuelos regulares operados en 2023 desde Chequia a España.

Conexiones con destinos españoles según las compañías aéreas, tanto regulares como charter, 2024 (Fuente: Aeropuertos checos, INE).

37

	Smart Wings	Eurowings	Ryanair	Iberia	Vueling	Easyjet
Alicante		✓	✓			✓
Almería	✓					
Barcelona		✓	✓		✓	
G. Canaria	✓					
Fuerteventura	✓					
Lanzarote	✓					
Málaga	✓	✓	✓			
Madrid	✓		✓	✓		
Menorca	✓					
Mallorca	✓	✓	✓			✓
Tenerife	✓					
Valencia	✓	✓				
Sevilla			✓			
Bilbao					✓	
Girona	✓		✓			
Reus	✓					
Murcia	✓					
La Palma	✓					
Ibiza	✓					



1. **Desde Praga:** conexiones con Madrid, Barcelona, Reus, Girona, Valencia, Sevilla, Málaga, Almería, Ibiza, Menorca, Mallorca, Alicante, Murcia, Tenerife, Fuerteventura, Lanzarote, Gran Canaria, La Palma (a partir de 6/2024).
2. **Desde Brno:** conexiones con Mallorca, Almería, Fuerteventura y Tenerife.
3. **Desde Pardubice:** conexiones con Mallorca, Reus, Alicante y Girona.
4. **Desde Ceské Budějovice:** Mallorca
5. **Desde Ostrava:** Fuerteventura, Málaga, Mallorca, Murcia.

Perfil/es del turista:

En 2023, la estancia media de los checos era de 7 días. Madrid y Barcelona son destinos preferidos para estancias cortas, de 2 a 3 días, preferiblemente en el primero y cuarto trimestre del año. Las estancias en las Islas Canarias empiezan a distribuirse a lo largo de todo el año, el trimestre más fuerte fue el tercero, y a la vez se alargan las estancias hasta 3 semanas.

38

En 2023, la mayoría de los turistas checos viajaron a España en avión (97,9%), tan sólo 1,7% por carretera. El mayor cambio se produjo en la organización de viajes. Tomando como referencia el número de turistas checos que indica INE, es decir, el total de 620.316 de residentes checos que llegaron a España en 2023, los 433.692 llegaron sin paquete turístico y los 186.624 con paquete turístico.

Este dato demuestra el creciente interés en conocer España de fuera de la organización de los circuitos turístico y ofertas tradicionales de los turoperadores y agentes de viajes. Cada vez más gente viaja a España organizando su propio "paquete" lo cual demuestra que la forma de presentación online y la promoción de servicios turísticos en España tiene un nivel muy alto y los que buscan alojamientos y otros servicios turísticos como entradas, transporte, etc. están satisfechos con la gestión vía internet y confían en este canal.

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.

- España es un 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 2023 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. Lo último lo demuestra un increíble incremento de los blogs y webs checos, dedicados a la descripción de rutas, vivencias, etc. y también la cada vez mayor oferta de las agencias de viajes checas de trekking de alta montaña (rutas GR, Sierra Nevada, escaladas). A eso contribuyen eventos únicos que se suelen organizar en Chequia, como los ferias de viajeros donde se promocionan tipos de viajes individuales en presentaciones, charlas, debates y documentales, y que sirven de inspiración para los demás, fuera del concepto tradicional de feria de turismo.
- A diferencia de otros destinos de sol y playa como Bulgaria o Croacia, y excepto en el caso de 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 en el medio natural en caso de las Islas 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 los últimos años, los residentes checos también demuestran interés en pasar las fiestas navideñas en destinos con una temperatura más benévola (por ejemplo, Andalucía).
- En verano las familias con niños viajan sobre todo a los destinos como Andalucía, Valencia, Baleares, Canarias, Cataluña, mientras que en la Región de Murcia predomina el colectivo de la tercera edad, pero también con predilección por viajes con combinación de productos, como por ejemplo, turismo activo y playa.

- A diferencia de otros países mediterráneos que los residentes checos visitan sobre todo por el sol y playa, España se está convirtiendo para los checos en destino mucho más polifacético y así se demuestra por la diversidad de motivos para viajar a España – surfing, autocaravaning, visita de parques naturales, escalada, exposiciones temporales, buceo, maratones, partidos de fútbol, conciertos, etc.

Posicionamiento e imagen de España.

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. En los últimos años, además se ha empezado a percibir como un excelente destino gastronómico,- las rutas y degustaciones gastronómicas son solicitados cada vez más,- , así como un destino con alto nivel de eventos culturales y deportivos, y las bellezas naturales de las cadenas montañosas.

40

Entre los países que ofrecen complejos turísticos de 4* ó 5*, producto sol y playa con all inclusive, España tiene fama de ser un destino más caro que otros, como por ejemplo Turquía o Grecia.

Lo que entre el turista checo se empieza a percibir con cierta preocupación es el incipiente rechazo al turismo en alguno destinos, si bien es cierto que el turista checo tiene un comportamiento muy respetuoso en los destinos que visita. Este fenómeno de rechazo empieza a ser objeto de análisis en la prensa checa, si bien, por desconocimiento del verdadero problema que subyace detrás de este fenómeno, se ha dado una imagen de España, en especial de las Islas Canarias y Barcelona, como si España no quisiera que llegaran más turistas.

Comercialización del destino España en los distintos canales.

Teniendo en cuenta todo lo anteriormente descrito y analizado, para la comercialización de España en la República Checa, lo más óptimo es diversificar la actividad promocional 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 especializadas, 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, podcast, foros para viajeros, la radio; recomendación de amigos/as.

- En la generación Y entre 29 - 43 años: internet, redes sociales, blogs, foros especializados para viajeros 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, recomendación de influencers, portales que ofrecen vuelos y alojamiento baratos o que ofrecen compartir viajes, p.e.j. cestoval.cz, nanomadskestezce.cz, hedvabna stezka.cz, etc. o el portal Worldee que organiza viajes individuales de una manera atípica: Basa su oferta en las guías escritas por otros viajeros, y ayuda a buscar conexiones y alojamiento para los que quieren seguir las instrucciones y la ruta descrita en la guía. Lo mismo hace la empresa de autocaravanas Campiri que suele preparar a los clientes un plan a medida.

41

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

Tendencias que se observan en los viajes hacia España

Una de las tendencias más patente es que empiezan a predominar turistas checos sin paquete que prefieren diseñar su propio viaje sin agencia o a la que tan solo acuden para determinados servicios. Los motivos son diferentes, pero uno de ellos es una cierta insatisfacción de los clientes con la oferta de turoperadores en la que no se corresponde lo descrito en el catálogo con lo real, pero más bien se debe a que España ha dejado de ser considerado destino donde es difícil la comunicación en otro idioma distinto al castellano, como era hace años cuando en algunas zonas no era posible entenderse en inglés para contratar servicios turísticos.

A ello se le añade la circunstancia de que España es considerado como un destino ideal para la jubilación y existe un grupo bastante numeroso comprando segundas residencias en España.

Otra tendencia patente es el creciente número de vuelos directos entre Praga, aeropuertos provinciales checos, y los aeropuertos españoles menos conocidos como



Reus y Girona. Se ha triplicado el número de vuelos a Alicante, que se ha convertido en uno de los destinos más solicitados. Los checos buscan destinos seguros donde puedan disfrutar del invierno sin que el vuelo sea largo.

Los turoperadores medianos lanzan circuitos y productos turísticos más novedosos y con grupos más reducidos (8-12 personas). El mayor problema para ellos lo supone la escasez de guías de turismo que hablen checo (en España con licencia) y las reservas de entradas en España en monumentos que no permiten flexibilidad, como la Alhambra de Granada. En el caso de las Islas Canarias se observa la prolongación de estancias y las ganas de descubrir otras islas, no solamente Tenerife y Gran Canaria.

Previsiones.

El turismo individual a España seguirá experimentando una tendencia creciente y el único factor que puede incidir de manera relevante es el precio de los vuelos y de otros productos turísticos.

42

La inesperada subida de otras tasas en el primer semestre de 2024, apunta a que la temporada veraniega de 2024 será fuerte porque los grandes turoperadores prevén vender un 15-20% más que en 2023. Lo atestiguan las ventas de los turoperadores en "first minute" y en especial, el número de turistas checos que visitaron a España entre enero y abril de 2024, total 104.114. Es menos que en 2023(125.514) y más que en 2022 (70.996), sin embargo, cada año es diferente debido a la incertidumbre y cambios geopolíticos.

Cara al verano, los grandes turoperadores siguen manteniendo salidas de vuelos chárter de los aeropuertos provinciales checos para reducir costes.

En 2024, las campañas promocionales tienden a promover el turismo urbano y gastronómico (Madrid), destinos menos conocidos (castilla-La Mancha, Murcia interior, Castilla y León, Extremadura), los eventos culturales y tradiciones (podcasts, documentales para TV) y el turismo activo. Todo apunta a que no son pocos los residentes checos que quieren conocer España más a fondo y nuevos destinos.

Turistas con recursos suficientes para pagar el alojamiento y la estancia. Por ello, es importante promocionar más las diferencias entre las Comunidades y sus productos enfocados a turista individual en los medios para profesionales del turismo, revistas de

destino y utilizar todos los canales y formatos de comunicación, incluidos los que no son tan masivos, pero sí especializados.

CONCLUSIONES Y VALORACIÓN

Conclusiones

El año 2023 fue muy fructífero en términos de turismo emisor. La fuerza de la corona checa frente al euro, la estabilización del precio de las energías y un cierto olvido de la existencia de la guerra en Ucrania tuvieron impacto positivo en turismo emisor, mientras que una alta inflación nacional repercutió negativamente sobre el turismo nacional.

Al igual que en 2022, los checos no ahorran en 2023 ni están ahorrando en 2024 en cuanto se refiere a las vacaciones.

43

El principal rasgo de los viajes en 2023 es que el turismo emisor sin paquete prevalece sobre el turismo con paquete, al menos, en lo que se refiere a España, a pesar de que los viajes son más caros que los viajes organizados. La misma tendencia se está notando en 2024.

En lo que se refiere a la promoción mediática, el uso de internet en el sector de turismo ya es imprescindible, pero cada vez más los estudios apuntan a que el papel clave lo juegan los medios impresos para la clase medio-alta, porque los consideran más fiables y más profundos en lo que a la información se refiere. Cuestión distinta es el uso de internet en el sector de comercialización y venta de servicios turísticos, pero la búsqueda y la toma de decisión a qué destino viajar es resultado de la promoción en medios impresos, documentales en TV y nuevos formatos online tipo podcast y blogs. Pese a que la gente joven se deja guiar por Tik Tok e Instagram, los clientes con mayor capacidad económica prefieren otro tipo de medios.

Habrá que estar atentos a la evolución de la turoperación en el mercado, donde se ha reducido su tamaño debido a las fusiones y absorciones por grandes grupos de origen extranjero y la falta de relevo generacional en negocios familiares. Los turoperadores están buscando nuevos productos y formas utilizando la digitalización a fin de reducir sus costes porque ciertas normas nacionales y europeas, tanto actuales como futuras (p.ej. a partir de 2027 los permisos a pagar emisiones contaminantes afectarán notablemente el transporte) afectarán notablemente el turismo. Lo último puede impactar también negativamente sobre el turismo individual. No obstante, como

efecto secundario, se producirá una mayor desestacionalización de los viajes ya que los turistas en general buscarán mejores precios. Otro aspecto que influirá es el efecto del cambio climático, que puede hacer reconducir los flujos de turistas a los destinos veraniegos menos calurosos.

Mientras tanto, el Estado checo está fomentando el turismo nacional. Para 2024 ha asignado 200 millones de coronas checas (8,2 millones de euros) para apoyar el turismo nacional, en especial, el desarrollo de infraestructuras y equipamiento de rutas turísticas, el desarrollo de sistemas de información en los destinos, la adaptación de rutas de esquí de fondo o el transporte respetuoso con el medio ambiente



 <p>GOBIERNO DE ESPAÑA</p>	MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO	SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO
		TURESPAÑA 

