

INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



REPÚBLICA CHECA 2025 Informe Básico del Mercado

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

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.

El año 2024 estuvo marcado por la incertidumbre económica. Los mayores retos fueron el aumento de los precios de la energía, la escasez de mano de obra cualificada y unas condiciones mundiales desfavorables, como el lento crecimiento de la zona del euro y los conflictos geopolíticos en curso. En 2025, la situación política en la República Checa se ve influida por las próximas elecciones parlamentarias (otoño de 2025) y los debates sobre cuestiones clave como la independencia energética, la modernización del mercado laboral y la digitalización.

Para 2025, se prevé un crecimiento del PIB del 2,2% (frente a 1% en 2024). La inflación se está estabilizando: en 2024 alcanzó 2,5%, y para 2025 se estima que ronde entorno a un 2,2%. Se está conteniendo por el debilitamiento de la demanda, que impide a las empresas repercutir en los precios el aumento de los costes de los insumos. Los salarios reales deberían seguir subiendo en 2025: el salario medio establecido para 2025 es de 1939 euros brutos, según el Ministerio de Trabajo checo, un 5,6% más que en 2024.

Además, el salario mínimo, fijado por primera vez con arreglo al llamado mecanismo de indexación, subirá a 20 800 CZK (aprox. 848 euros) en 2025, lo que supone un incremento anual del 10,1%, pero a la vez, un incremento en las retenciones en concepto de Seguridad Social. Esta evolución aumenta el poder adquisitivo de los hogares, pero al mismo tiempo incrementa los costes para las empresas. Según la Oficina de Trabajo y la Oficina Checa de Estadística, la tasa media de desempleo en la República Checa en 2024 alcanzó el 4,1% y se prevé mantenerse en niveles similares a lo largo de 2025.

El déficit del presupuesto estatal de la República Checa en 2024 se redujo en 17.100 millones de coronas en tasa interanual (69 millones de euros), hasta los 271.400 millones de coronas (11.077 millones de euros).

En 2024, se produjeron una serie de cambios en el sistema fiscal que afectaron fiscalmente tanto a las personas físicas, como a autónomos y demás empresas. Entre los principales cambios cabe citar los ajustes de las ayudas y prestaciones fiscales, el aumento de los impuestos especiales y los cambios en el IVA. Al mismo tiempo, el Gobierno checo ha decidido frenar el aumento gradual de las pensiones de jubilación evitando un incremento desproporcionado que pueda afectar al déficit del país.

Fuente: Deloitte Czech Republic, Banco Nacional checo, Ministerio del trabajo checo y Unión de industria y comercio).

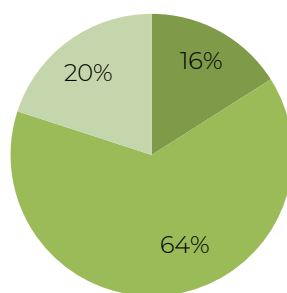
Población

A 31 de diciembre de 2024, la población total de la República Checa fue de 10.909.500 habitantes. La población aumentó en 8,9 mil personas con respecto al año anterior, lo que se debió principalmente a la migración extranjera.

La característica básica de la evolución demográfica será un 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.

Censo 2021, cuota porcentual de población

■ 0-14 años ■ 15-64 años ■ 65+ años



5

Fuente: INE checo.

Siguiendo el censo oficial de 2021, el Gobierno checo actual procedió a una reforma del sistema de pensiones sin dilación: para los futuros pensionistas, tres medidas figuran entre las más importantes: a) La edad de jubilación en la República Checa aumentará progresivamente hasta los 67 años para los nacidos después de 1988. La edad de jubilación depende de la fecha de nacimiento y, para las mujeres nacidas antes de 1973, del número de hijos criados; b) la posibilidad de jubilarse anticipadamente sólo tres años antes y no cinco como hasta 2022, c) y un crecimiento más lento de las nuevas pensiones concedidas.

En cuanto a distribución territorial de la población checa, las ciudades más grandes son Praga, la capital, con 1.397.880 millones de habitantes, Brno, con 396.101 habitantes y Ostrava con 290.450 habitantes, al final de 2024 (INE checo). El 70% de los residentes en República Checa vive en núcleos urbanos.

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

Fuente: Departamento de Estadísticas Demográficas del Instituto Nacional de Estadísticas checo, Ministerio de Trabajo checo.

ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO EN SU CONJUNTO

Características básicas del mercado

Según los datos publicados en febrero de 2025 (en INE¹ checo), en el año 2024, el segmento de turismo representó el 2,36% del producto interior bruto y empleó a 224.338 personas, lo que supone 4,16% de la población checa activa.

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. El mercado se caracteriza por el predominio de unas 25 empresas grandes y medianas, pero al mismo tiempo existen numerosas pequeñas empresas. En 2024, su número aumentó en 15 en comparación con el año anterior, lo que significa que a finales de 2024 hubo 610 agencias de viajes en la República Checa. En 2024, sólo se registró la quiebra de una agencia de viajes en la República Checa, la agencia de viajes Fly Dvovená.

6

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, para evitar casos similares a los de Thomas Cook. En 2020, los turoperadores estuvieron exentos del pago en cuestión, y para 2021 se estableció un 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 mencionadas 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 se vio 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 checo en la materia de turismo. Su labor ayudó a numerosos 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.

Para 2024 y 2025, el Ministerio de Desarrollo Regional (MMR) y otros organismos han lanzado convocatorias de apoyo al turismo en diversos ámbitos, como infraestructuras, digitalización, marketing u organización de eventos.

A partir de 2025, los establecimientos hoteleros y otros servicios turísticos deberán usar el registro electrónico de datos denominado "e-turista". No obstante, este sistema fue duramente criticado y con carácter temporal se suprime la obligación de introducir nombres y direcciones de clientes en el registro. El motivo es que el contenido del

¹ Instituto Nacional de Estadísticas checo

actual proyecto de ley del Gobierno se considera demasiado intrusivo en la intimidad de las personas que se alojan, y se cree que añade un alto riesgo de uso indebido de los datos personales y no están claras las razones que subyacen a la obtención de esta información por el ministerio competente. Ello se traduce en que los establecimientos de alojamiento llevarán el registro tanto en formato electrónico como en papel.

A lo largo de 2024, las Asociaciones junto con el Ministerio de Fomento Local, han estado abordando los siguientes problemas:

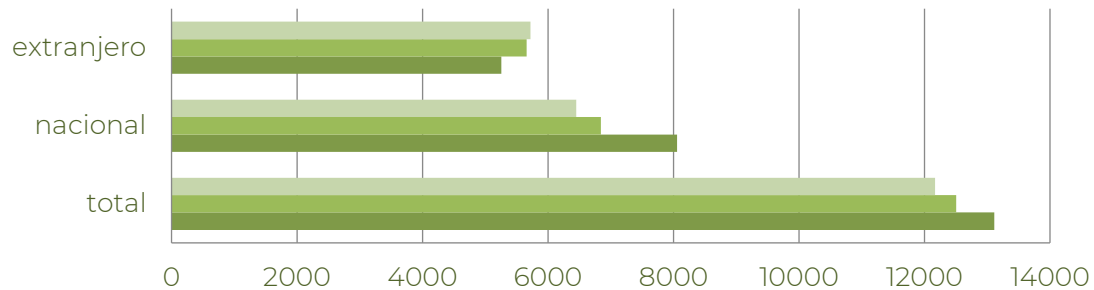
- Actividad de agencias o individuos ilegal que operan en el mercado checo sin licencia y sin pagar al fondo de garantía obligado (escuelas, clubes deportivos, fitness, etc.).
- La continuación de garantías concedidas por el Banco Nacional de Desarrollo (BND) a las agencias de viajes para que estas puedan hacer frente al seguro obligatorio contra la quiebra (empezó 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, 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 directiva 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.

Viajes en 2024

En 2024, la población checa mayor de 15 años realizó un total de **12,168 millones de viajes largos** (-2,7% interanual) y **15,968 millones de viajes cortos** (+9,4%), en total unos **29 millones**, y de ellos:

- 5,661 millones de viajes largos al extranjero (+ 0,1%)
- 1,480 millones de viajes cortos al extranjero (- 16% frente a 2023)

Viajes largos en total, en miles, residentes checos



	total	nacional	extranjero
■ 2024	12168	6448	5720
■ 2023	12503	6842	5661
■ 2022	13113	8059	5254

Fuente: INE checo

8

a) **TURISMO NACIONAL** representó un 6,448 millones de viajes largos y 14,488 millones de viajes cortos; los viajes nacionales cortos experimentaron un incremento de 12,8%, mientras que el número de viajes nacionales más largos disminuyó un 5,8%, una situación totalmente diferente al 2023. (Nota: *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*).

La República Checa se está convirtiendo en un destino cada vez más popular, sobre todo para los visitantes extranjeros. El año pasado, 22,8 millones de huéspedes acudieron a hoteles, pensiones y otros establecimientos de alojamiento colectivo nacionales y pasaron allí 57,3 millones de noches. El 54% (12,3 millones) fueron turistas nacionales.

El año pasado, el país fue elegido con mayor frecuencia como destino de vacaciones por viajeros de países vecinos, especialmente alemanes (2.377.682, + 4,1% interanual), eslovacos (899.174, + 4,5% interanual) y polacos (841.541, + 10,8% interanual).

Actualmente hay 7.930 alojamientos disponibles en Airbnb en Praga. En total, 8,9 millones de noches en la República Checa a través de Airbnb en 2023.(Fuente: INE checo)

Promoción de la República Checa en el extranjero

Las campañas de conversión destinadas a conseguir una acción concreta, como una compra o una reserva, y en las que CzechTourism promociona la República Checa a través de agencias de viajes online (por ejemplo, Expedia, Amadeus, LastMinute.com) han tenido un gran impacto en la prolongación de las estancias de los turistas. En el Reino Unido y España, por ejemplo, la campaña ha aumentado la duración media de las estancias que los viajeros de estos países han comprado en Chequia gracias a la campaña. De 2,7 a 3,8 noches.

El año pasado, los portales CzechTourism, VisitCzechia y Kudy z nudy, alcanzaron cifras récord de visitantes. El portal turístico Kudy z nudy celebró sus 20 años de existencia con un nuevo diseño y alcanzó los 38 millones de visitas. Más de 100.000 personas lo abrieron a diario, e incluso el doble en verano. Se convirtió en líder entre los sitios web de viajes de la República Checa (según Similarweb).

En 2025, la agencia nacional de turismo CzechTourism planea una campaña mundial centrada en el turismo activo y el sector de los balnearios que se desarrollará en dos fases en diez países de todo el mundo. También intentará atraer a los extranjeros mediante campañas de conversión orientadas a los viajeros indecisos. Los principales productos serán el golf y los balnearios. La promoción en el marco de la cooperación V4 (4 países centroeuropeos Visegrad Cuatro), esta vez centrada en China, tendrá por objetivo presentar la región centroeuropea a los extranjeros a través de la Historia, los vínculos culturales y la gastronomía compartidos. La campaña hace hincapié en la sostenibilidad y enlaza los cuatro países en un itinerario temático.

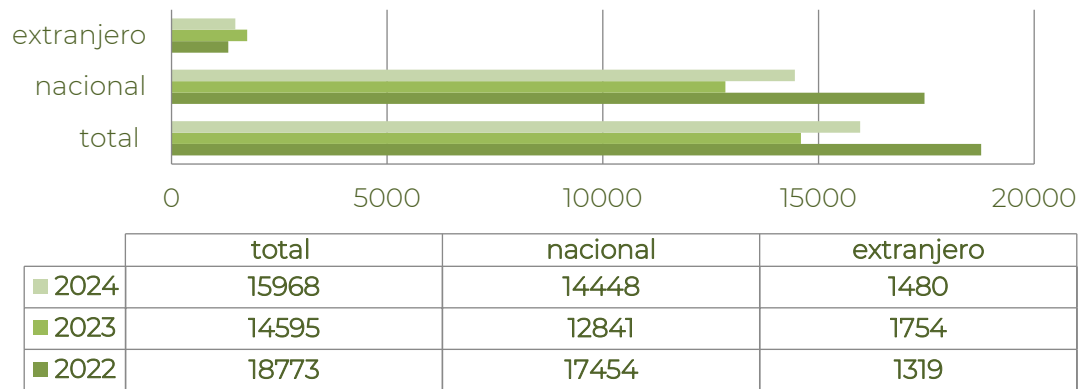
Este año (2025) marca el inicio de una cooperación de tres años entre la República Checa y Michelin. La República Checa empieza así a construir su imagen de destino culinario atractivo. Michelin elaborará cada año una versión electrónica de la guía con una selección de los mejores restaurantes nacionales y gestionará y actualizará la sección checa en el sitio web <https://guide.michelin.com/cz/en>.

b) **EL TURISMO EMISOR** representó 5,72 millones de viajes largos y 1,48 millones cortos. Total 7,2 millones. Se registró un crecimiento interanual de los viajes al extranjero más largos (+0,10%) y un descenso de los viajes más cortos, 15,6% menos en comparación con 2023.

La proporción de viajes largos (4 noches o más) aumentó significativamente, representando el 76% de todos los viajes al extranjero el año pasado. La duración media de los viajes largos aumentó ligeramente, de 7,6 a 7,7 días, siendo los viajes individuales ligeramente más prolongados (7,9 días) que los viajes organizados a través de agencias de viajes (7,6 días).

Viajes cortos al extranjero en 2024

Viajes cortos, en miles, residentes checos



Fuente: www.czechtourism.cz y Ministerio de Desarrollo Local y Turismo

10

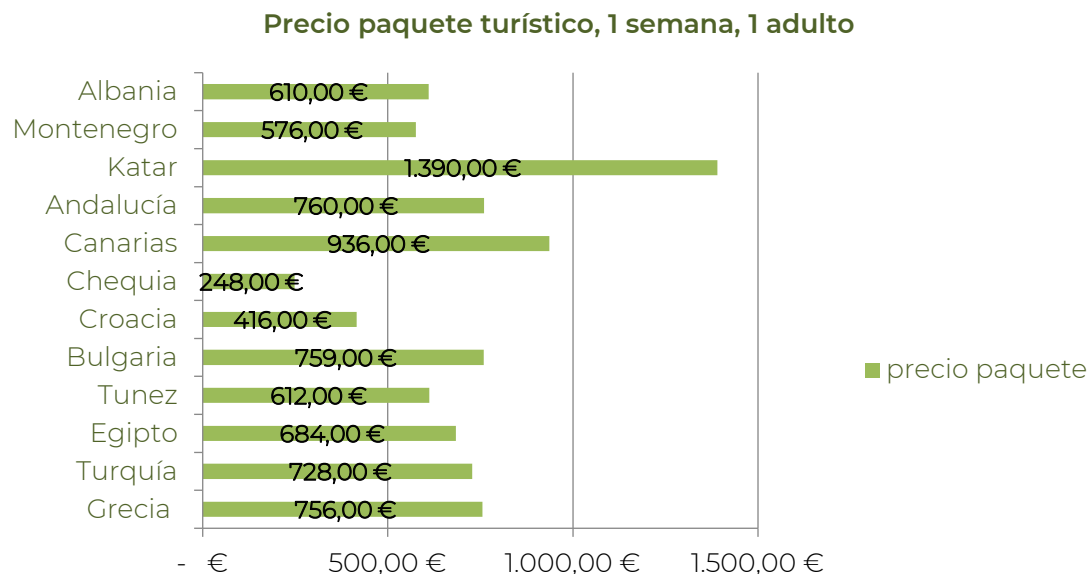
Gasto medio y viajes de negocios al extranjero

El gasto medio por viaje largo al extranjero aumentó un 10,2%, hasta 18.524 coronas checas (771 euros). El gasto en viajes cortos aumentó un 4,6%, hasta 6.169 CZK (258 euros).

Según Invia, el mayor vendedor de paquetes turísticos, el precio medio de los paquetes turísticos semanales vendidos por agencias de viajes el año pasado (2024) fue de 700 eros/persona (con transporte aéreo) y de 450 euros/persona (en autobús). En general, los precios de los paquetes se redujeron debido a la competencia de otros grandes turoperadores que entraron en el mercado checo.

Comparación de los precios promedios de paquetes turísticos vacacionales – junio 2024: (Fuente: iDnes, webs de turoperador Fischer y Exim tour e Invia)

- Incluye pensión completa o todo incluido
- 1 adulto en habitación doble, hotel 4*
- Cerca de la playa
- Transporte – vuelos o autobús
- Servicios del delegado checo
- No incluye extras, seguro, excursiones



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

11

Según el INE checo, el año pasado, se realizaron 323.000 viajes de negocios, un 23% menos que en 2023 e incluso un 44% menos que en 2019. Sin embargo, es interesante observar el importante aumento interanual de la duración de los viajes de negocios, que pasaron de 3,1 a 5,1 días.

Medios de transporte preferidos para los viajes al extranjero

Los viajes en avión son cada vez más populares. Casi la mitad de los viajes más largos al extranjero se hicieron en avión, un máximo histórico. La mayoría de los checos volaron a Grecia para sus vacaciones veraniegas, lo que supuso el 18,2% de todos los viajes en avión.

Factores influyentes en el turismo checo en 2024:

- La corona checa respecto al euro tuvo a lo largo de 2024 tendencia oscilante, pero se mantenía a un nivel regular entre 24 y 25 coronas checas por 1 euro. Cada vez más turoperadores están reclamando la aceptación del euro como moneda nacional para evitar dichas oscilaciones.

La inflación en 2024 tuvo un efecto mixto sobre el turismo. En general, el número de turistas en la República Checa aumentó, lo que sugiere que la inflación no fue el factor dominante que obstaculizó los viajes. Sin embargo, algunos segmentos del turismo, como los viajes nacionales, se han visto afectados negativamente por la inflación, mientras que los viajes internacionales se han beneficiado.

- Turoperadores: La tendencia a comprar vacaciones en pre-venta, first moment, que ya existía antes del covid, empezó a volver a partir de 2023. Los clientes parecen haberse acostumbrado a que estas ventas empiecen muy pronto, para la temporada de verano de 2025 comenzaron el pasado agosto 2024. Los depósitos para los viajes suelen ser bajos, entre 50 y 100 euros por persona. En el caso de Čedok, es el 10% del precio del viaje. También se ofrecen otras ventajas, como un niño gratis, cancelación gratuita del viaje, descuentos para clientes fieles, etc.
- Respecto al segmento 55+ 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. Los turoperadores que se orientan a los viajes al extranjero para este segmento de la población son Delfin travel, CK Geops, Exim tour.
- De todas maneras, sigue creciendo la tendencia de organizar viajes individualmente, tanto nacionales como al extranjero. Cada vez son más las personas que organizan sus propias vacaciones porque les resulta más flexible, les permite adaptarlas a sus preferencias e intereses y pueden ahorrar en gastos de viaje. También pueden elegir el destino y el tipo de alojamiento, lo que les da más control sobre toda la experiencia.

12

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 3 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.

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)

Los checos viajan más a menudo en pareja (36%) o en familia (32%). El resto son viajes con amigos, de estudios, deportivos, o visitas de familiares o amigos en el extranjero. Viajar en pareja suele implicar relajarse, pasar tiempo juntos y explorar nuevos lugares. Las familias, en cambio, prefieren los viajes aptos para niños, por ejemplo a parques de atracciones, viajes a la naturaleza o ciudades con atracciones infantiles.

Casi la mitad de los checos busca una combinación de vacaciones activas y relajantes. La relajación junto al mar, en la piscina o en la casa de campo es elegida por una de cada tres personas.

Aunque casi la mitad de los checos toman sus vacaciones de forma continuada a lo largo del año, hay una proporción significativa de quienes prefieren reservar sus días para un descanso más prolongado. La mayoría (36%) se toma dos semanas de vacaciones en verano, el 23% una semana y el 21% cuatro o más semanas. Casi el 60% de los checos consulta el correo electrónico y contesta al teléfono del trabajo al menos de vez en cuando durante sus vacaciones.

Sin embargo, el mayor número de personas, un tercio (33%), se aísla completamente del trabajo durante las vacaciones y no enciende su correo electrónico ni atiende llamadas de trabajo en absoluto. El 29% de los empleados no lo hace, pero, sin embargo, al menos ocasionalmente consulta su correo electrónico y atiende llamadas urgentes de trabajo. Del mismo modo, el 13% desearía no consultar el correo electrónico ni contestar al teléfono, pero su trabajo se lo exige. *(según la encuesta Platy.cz, 10/2024)*

En cuanto al género, las mujeres prefieren optar por viajar a destinos de sol y playa; turismo de yoga o deportes ligeros como el ciclismo, turismo idiomático; turismo de compras y gastronomía; en cuanto a destinos, sus preferencias se dirigen a Italia, España, Francia y Hungría. Los hombres prefieren destinos más exóticos donde se puede practicar deportes como ciclismo, buceo, pesca o caza.

En lo que se refiere a los jubilados, son los que rompen con la estacionalidad, y prefieren viajes con una combinación de productos como sol y playa y arte, monumentos y 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.

Los viajes al extranjero en 2024 fueron principalmente **de recreo y vacaciones** (89,1% de los viajes más largos y 80,7% de los viajes más cortos) con alojamiento en **hotel** (67,4% de los viajes más largos y 64,5% de los viajes más cortos). El principal medio de **transporte** para los viajes más largos fue **el avión** (45,0% de los viajes), seguido del vehículo privado de motor (43,6%), y para los viajes más cortos claramente el vehículo privado de motor (72,5% de los viajes más cortos).

La mayoría de los viajes al extranjero se organizaron de forma individual, es decir, el 51,7% de los viajes más largos y el 85,6% de los viajes más cortos, y en el caso de los viajes más largos también a través de una agencia de viajes u operador turístico (41,5%). El viaje al extranjero más largo medio realizado en 2024 duró 7,7 noches (+0,1 días interanuales). El viaje al extranjero medio más corto duró 2,3 noches, 0,05 noches menos que en 2023.

En los últimos 2-3 años, la demanda de viajes cuyo medio de transporte preferente fue el avión se ha ido desplazando hacia hoteles de mínimo 4* o 5* junto al mar, con comidas todo incluido y otros servicios adicionales con coste extra: por ejemplo, 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 quieren:

- visitar los monumentos locales (51%).
- degustar la gastronomía local y vivir las tradiciones locales (27%).
- En cuanto al alojamiento, prefieren un hotel con todo incluido, barra libre y bufé (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 de vacaciones con numerosas 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, 2024)

Según el INE checo, 4 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.

En 2024 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. A 31 de diciembre de 2024, había un total de 61.625 autocaravanas matriculadas en la República Checa. De ellas, 30.479 eran caravanas. Además, hay más de 50.000 vehículos que los propietarios han transformado de diversas formas para poder dormir en ellos, así que en total alcanzan un parque móvil de unos 112.000 vehículos. En cuanto a España, se han formado 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 Campiri en 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.

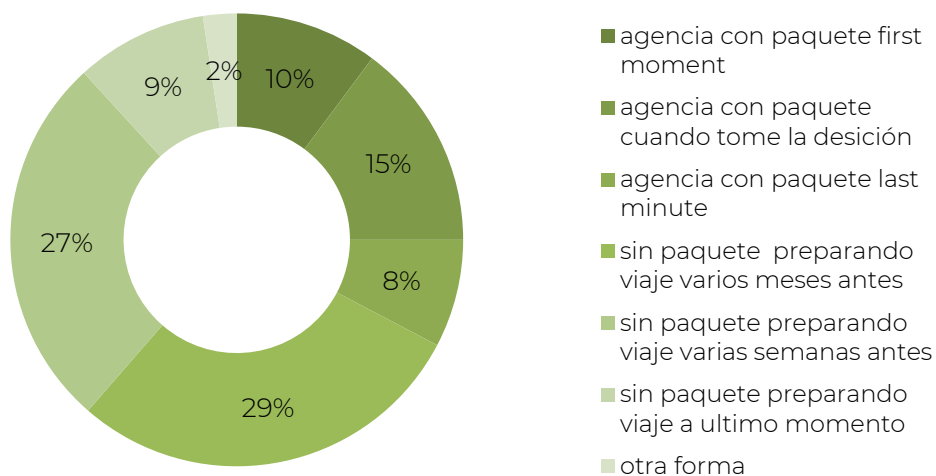
En la República Checa, **las personas** de entre 36 y 44 años son las más propensas a quedarse en el país (43,3%). Las generaciones **más jóvenes y mayores** son las más propensas a ir al extranjero (32,8% en la categoría de 18 a 26 años y 32,5% en la de 45 a 53 años). Además, los más jóvenes, entre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

Uno de los aspectos genuinamente checos es la posibilidad de utilizar los llamados **benefits** que facilitan las empresas a sus empleados para comprar no solamente

paquetes turísticos a las agencias de 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 2024, 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, cuándo compran los checos servicios turísticos



Fuente: Ipsos para Sodexo Benefity, 2024

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 de manera individual. La elección depende también de la estación del año y de la accesibilidad (coche o vuelo directo).

Otro aspecto que se debe 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 solo para la temporada estival y por eso se comparan números que incluyen todo el año. Por ejemplo, comparar Italia y España resulta difícil, porque Italia recibe muchos residentes checos durante el invierno (por su atractivo como destino de esquí).

Invierno:

- Destinos preferentes son Italia, Austria y Francia – para esquiadores.

- Egipto y las Canarias o destinos exóticos como Omán, República Dominicana, y demás donde la climatología es más benévola.
- Hungría, Polonia, Eslovaquia y Alemania - dada la afición de los residentes checos por el termalismo.

Primavera y otoño:

- Circuitos culturales y turismo urbano.
- El producto sol y playa empieza más temprano (mayo) y se prolonga hasta octubre.
- Viajes relacionados con festivales, conciertos, eventos deportivos, exposiciones, etc.

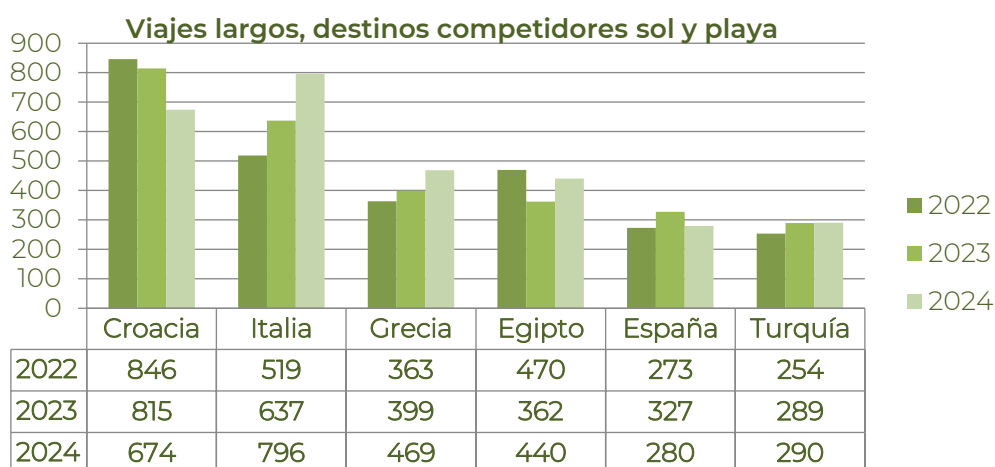
Verano

- Prevalecen destinos con costa (todos los países mediterráneos), pero también los vinculados al turismo activo (Eslovaquia, Austria, Alemania – por su atractivo para la práctica del ciclismo, termalismo, senderismo).

16

La mayor sorpresa de 2024 fue Italia, que por primera vez se convirtió en el destino más popular para los checos. Fue visitado por 796.000 turistas checos, lo que supone un aumento del 25%. Italia superó así no sólo a Eslovaquia, sino también a la tradicional favorita Croacia, que se hizo con el segundo puesto. 674.000 checos fueron a Croacia, un 17,3% menos que el año anterior. Eslovaquia se situó en tercer lugar, con 548.000 visitantes, un 22% menos que el año anterior. Grecia se mantuvo en cuarto lugar (+17,5%), seguida de Austria (+17,9%) y Egipto, que experimentó un aumento significativo (+21,5%) en comparación con 2023. El país que notó el mayor incremento e interés fue Albania, un 80% más que en 2023.

No obstante, los datos que se indican en la siguiente tabla, que figuran en la estadística de la INE checa, no son relevantes porque al 22.06.2025 el INE checo no aporta datos sobre todos los países y sus datos parten solamente de los datos proporcionados por las agencias de viajes.



Fuente: INE checo

Cuota según la organización de viajes



Fuente: INE checo

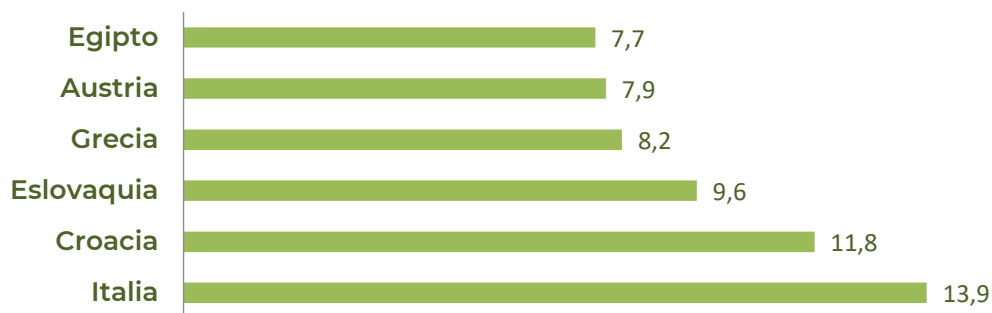
La mayoría de los viajes largos y cortos al extranjero fueron a países de la Unión Europea (73,3% de los viajes largos y 96,6% de los cortos).

17

Preferencias de viajes largos al extranjero en 2024

El año pasado, los checos prefirieron Italia a la hora de elegir unas vacaciones de 5 días o más (13,9% de los viajes largos). Croacia (11,8%) y Eslovaquia (9,6%) ocuparon los siguientes puestos. El 7,7% de los viajes largos en 2024 tuvieron como destino Egipto. Sin embargo, Grecia (8,2% de los viajes) y Austria (7,9%) también fueron más populares que Egipto en 2024. El número de viajes a estos países, a excepción de Croacia y Eslovaquia, aumentó de un año a otro, siendo los aumentos más significativos los de los viajes más largos a Italia (+25,1%) y Egipto (+21,6%).

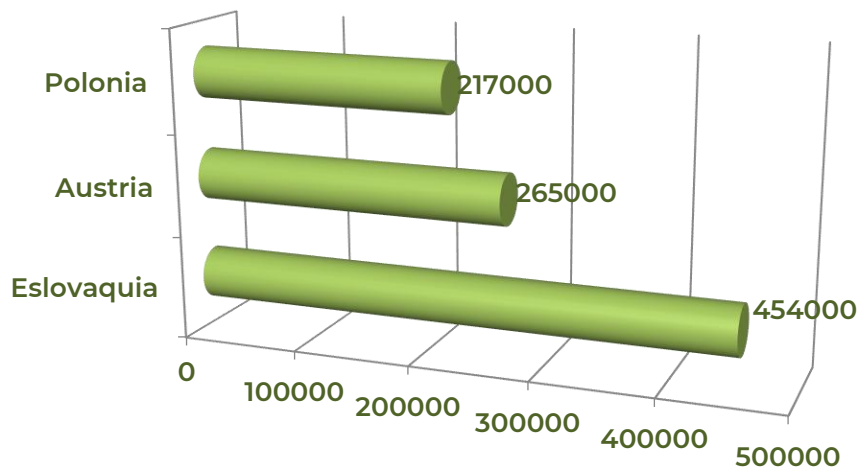
Top destinos extranjeros en 2024 para los residentes checos, en porcentaje



Fuente: INE checo

Los viajes cortos al extranjero de los ciudadanos checos se dirigieron, como es habitual, en su mayoría a Eslovaquia. En los dos últimos años está incrementándose también Polonia.

Los destinos con mayor número de viajes cortos realizados por residentes checos



Fuente: INE checo

18

Polonia

El año pasado, 217.000 personas procedentes de la República Checa se alojaron en Polonia, lo que supuso un leve descenso frente a 2023 (5,6%). Polonia atrae a los checos sobre todo por la proximidad en lo que al transporte de refiere, shopping (país más barato), termalismo y turismo cultural. Polonia también abrió a mitad del año 2023 su Oficina de Turismo en Praga.

Eslovaquia

La vecina Eslovaquia no pertenece a los países que rivalicen con los países de sol y playa, y ocupa el primer lugar en lo que se refiere a los viajes cortos. 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 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).

Croacia

Es un destino meramente estival y desde hace muchos años viene ocupando los primeros escalones entre los destinos sol y playa. No obstante, desde 2023 se viene notando un descenso de turistas checos, efecto del incremento de precios debido a la aceptación del euro en Croacia y la inflación. Croacia cuenta con conexión aérea (Split y otros) pero a partir de 2024 no hay trenes especiales de Regiojet porque ha bajado el interés y el servicio ha sido sustituido por autobuses o vuelos. Disminuye el número de residentes checos dispuestos a viajar a Croacia en coche.

Italia

Italia recibió 637.000 residentes checos en 2023, 11% más frente al año anterior y en 2024 siguió su avance alcanzando el primer escalón, total 796 000 checos. 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 favorito en la temporada invernal (esquí) y circuitos culturales.

Grecia

En 2024 visitaron a Grecia unos 469.000 checos (+ 15%), tanto la península como las islas. Grecia, con el mayor número de vuelos, es destino favorito entre los checos por el tipo de alojamiento y gastronomía, aunque igual que España es más caro que, por ejemplo, la llamada Riviera turca con todo incluido y no ofrece tantos complejos turísticos este tipo de oferta.

Egipto

Egipto es el destino que está atendiendo cada vez más turistas checos, en 2024 lo visitaron 440.000 residentes checos (+ 17,8%). Es una destino popular sobre todo en la temporada de invierno. Es atractivo para los checos porque dispone de nuevos resorts turísticos de 5* todo incluido a precios muy asequibles. El mayor atractivo, no obstante, es el mar Rojo, 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.

Turquía

En 2023 Turquía recibió 289.000 residentes checos (+13% frente a 2022) y en 2024 el número fue igual, en torno a 290.000 Turquía es uno de los mayores rivales de España en el segmento sol y playa, porque ofrece resorts turísticos de alta calidad en la llamada Riviera turca, con todo incluido y actividades culturales. Además el destino es actualmente barato para los checos debido a la depreciación de la moneda local y los vuelos son frecuentes y directos.

Bulgaria

Bulgaria notó un gran salto en los años pre-pandémicos y antes del estallido de la guerra en Ucrania, y ello se debió, entre otras cosas, también porque sus bajos precios. En los últimos años ofrece resorts turísticos de alta calidad. Bulgaria ha entrado en la zona Schengen lo que ha hecho crecer en lo que a los viajes al país de refiere, y se estima que aproximadamente 130.000 checos viajaron a este país en 2024 por motivos vacacionales (iDnes.cz; no hay datos del INE checo).

Tendencias de los checos para 2025

De la encuesta representativa HOLIDAY BAROMETER 2025, que examinó los planes de vacaciones de personas de 23 países, se desprende:

- Los checos suelen planear sus vacaciones de verano en Italia, Eslovaquia y España. Les gusta el mar y viajan sobre todo en coche o en avión. Reservan viajes en agencias de viajes físicas mucho más a menudo que en otros lugares, y también utilizan más a menudo los autobuses. El coste de sus vacaciones es uno de los más bajos de la historia.
- Según la encuesta, Italia (12%), Eslovaquia (8%) o España (7%) son los destinos vacacionales más populares para los checos en la temporada de verano 2025, mientras que Croacia desaparece de los tres primeros puestos en comparación con la clasificación del año pasado.
- Los hogares checos tienen una marcada preferencia por las vacaciones veraniegas en el extranjero (82%), porcentaje superior al de Alemania (72%), Bélgica (73%) o Austria (76%). El lugar más popular para ellos es la costa (60%), frente a un 29% que planea unas vacaciones en el campo y un 26% en la montaña. El destino menos popular para los residentes checos son las vacaciones en la ciudad (22%), cuya popularidad también ha disminuido considerablemente (31% en 2023).
- Al igual que en otros países europeos, alrededor de la mitad de los checos (49%) viaja en avión y algo menos de una cuarta parte (22%) en tren. Los checos son bastante más propensos que otros europeos a utilizar el coche o el autobús en vacaciones, según la encuesta realizada por Europ Assistance. En la encuesta, el 56% de los encuestados checos mencionó el coche y el 19% el autobús, mientras que la media europea es del 48% y el 12% respectivamente. Esto está relacionado con la proximidad de los destinos favoritos (Eslovaquia, Croacia, Alemania, Austria, Italia).
- El presupuesto medio para unas vacaciones de verano en la República Checa es de 1.400 euros, el más bajo -salvo Malasia- de los veintitrés países analizados. La media europea es de 2.080 euros. El país más cercano a nosotros en este aspecto es la vecina Polonia, donde, según la encuesta, los ciudadanos gastan una media de 1.457 euros en vacaciones.
- Según la encuesta, los presupuestos familiares y la situación financiera son las razones más comunes por las que algunos checos no se van de vacaciones al extranjero este año. El 44% de los encuestados alega problemas económicos y el 31%, el deseo de ahorrar. Otro 20% mencionó la reticencia a viajar, un 20% problemas de salud y un 14% no tiene a nadie que le acompañe en su viaje.

FUENTE: La encuesta representativa HOLIDAY BAROMETER fue realizada en marzo de 2025 para la compañía de seguros y asistencia Europ Assistance por la agencia global de investigación de marketing Ipsos.

Tendencias de turismo con paquetes turísticos o con algunos servicios proporcionados agencias de viajes

A pesar de que la oferta turística de los turoperadores crece con nuevos destinos accesibles debido a vuelos directos (entre otros, Izmir, en Turquía, El Cairo en Egipto, Islas Azores, en Portugal) desde Praga o aeropuertos regionales, los checos siguen siendo conservadores a la hora de elegir sus vacaciones y quieren darse un capricho de lujo y confort. Por eso suelen elegir complejos turísticos con todo incluido.

Un segmento de viajeros, que está experimentando un fuerte incremento, son los compradores de vacaciones individuales que provienen de grandes ciudades como Praga, Brno u Ostrava. Suelen ser viajeros que recurren al avión como medio de transporte; para vacaciones de una semana; con régimen de todo incluido, y más caras en torno a un 16% más que los paquetes normales. La mayoría busca algo insólito (astroturismo, glamping, aventura, o la búsqueda del silencio y la paz durante las vacaciones).

Dadas las elevadas ventas del año pasado, las agencias de viajes y los turoperadores no esperan que la temporada de 2025 sea significativamente más exitosa, según la Asociación de Agencias de Viajes (ACK y AČCKA). La evolución de la demanda hasta 15.06.2025 indica que las ventas de viajes de verano podrían aumentar este año entre un cinco y un siete por ciento de media interanual. **Además, según las Asociaciones de turoperadores y agencias de viajes, no hay mucho margen para el crecimiento de las ventas en verano, ya que los aeropuertos y los destinos están sobresaturados.**

Otras tendencias

El avance del cambio climático trae consigo tendencias completamente nuevas, que pueden 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 tenencia de residentes checos a elegir destinos menos calurosos.

Un 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 de los viajes (72%). Al mismo tiempo, la gente no quiere cambiar realmente 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 supone unas 30 euros más.

Canales de comercialización

Agencias de viaje:

Actualmente, cara al verano de 2025, operan en Chequia seis grandes turoperadores de outgoing relevantes. Algunos de estos turoperadores empezaron a fusionarse o fueron absorbidos en los últimos años (Fuente: Forbes, ACK, ACCKA, iDnes):

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 170 millones de coronas checas (7,1 millones euros), con unos beneficios EBITDA en millones de euros. *Aún no han sido publicados los datos de 2024.*
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 (14 millones euros). Aumentó sus ingresos un 56%, y envió de vacaciones a un 55% más de personas de un año a otro, es decir, a más de 420.000 clientes, la cifra más alta desde 1989. Está operando también en Hungría y Eslovaquia.
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. En España opera sobre todo Baleares. Su principal destino es Egipto. 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 personas el año pasado, casi un 25% más que el año anterior. El año 2023, cerca del 80% de los viajes se vendieron por Internet, en comparación con Čedok, que vende el 80% de sus viajes (paquetes) en tiendas físicas.
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.
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.

Principales fuentes de búsqueda de **paquetes turísticos** por los residentes checos

FUENTES DE BÚSQUEDA PARA PAQUETES TURÍSTICOS	
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

23

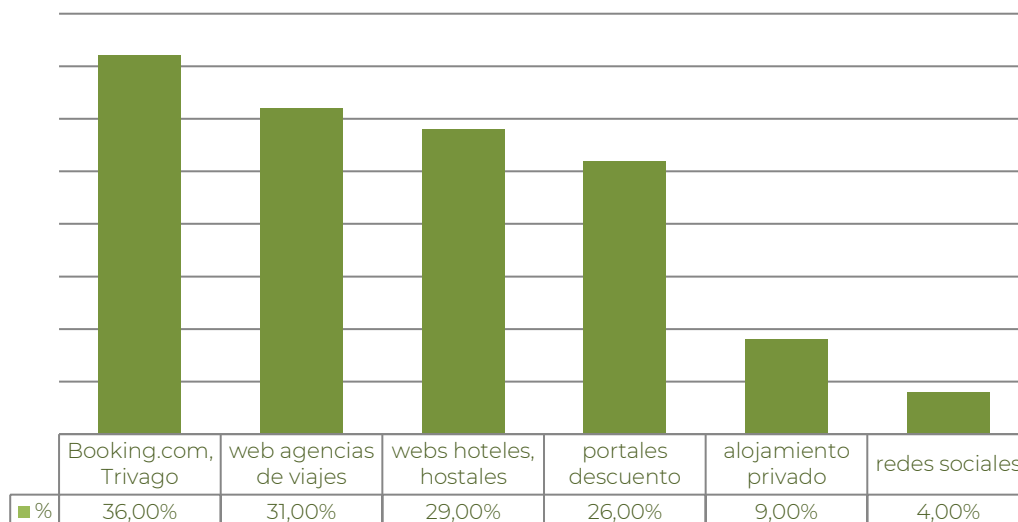
Los principales portales turísticos online que revenden productos de los turoperadores y los comparan son: Invia, Travel Portal.cz, Zajezdy.cz, Dovolena.cz, La última pertenece al llamado imperio amarillo (por los colores de trenes y autobuses) del propietario Radim Jancura (RegioJet y Student Agency), que 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 únicos de los grandes turoperadores que no comercializan sus productos a través del mayor portal turístico Invia.

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.

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

Canales de reserva del alojamiento



Fuente: Eurostat, Instituto Nacional de Estadística checo 2024

24

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:

FUENTES DE INFORMACIÓN

	2024
Familiares, amigos, recomendaciones en el trabajo	46%
Internet y RRSS, webs de turismo	30%
Prensa de destino, foros de viajeros	15%
Agencias de viajes	9%

Fuente: Tourdata 2024

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:

25

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 encuesta realizada por Ipsos en marzo 2025, el 39% de los checos reserva sus vacaciones a través de formularios online de agencias de viajes, el 18% directamente en sitios web de hoteles y aerolíneas y el 17% a través de sitios web de agencias de viajes que organizan viajes. El uso de agencias de viajes físicas sigue siendo mucho mayor que en otros países, el 29% de los checos reserva vacaciones a través de las oficinas físicas de las agencias de viajes, frente a sólo el 12% en el resto de Europa, el 9% en Asia y el 4% de los viajeros en Norteamérica.

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, Luxury Guide, Svět Outdooru, 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 (por ejemplo: <https://fotrnatripu.tv/>; <https://cestomilove.cz/> ...)
- 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 enfocadas a un determinado tipo de comunidad: tipo LUI, Luxury travel, Choice enfocados a clientes de alto standing, etc.
- Foros de viajeros especializadas con presentaciones de los viajeros experimentados, autores de guías, documentales, intervenciones de fotógrafos, influencers.

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

26

Situación de la conectividad aérea en general

En 2024, un total de 16.353.522 pasajeros pasaron por el Aeropuerto Václav Havel de Praga y se realizaron 134.609 despegues y aterrizajes de aeronaves. El número de pasajeros aumentó un 18% interanual. El Aeropuerto de Praga, en cooperación con las compañías aéreas, puso en marcha 41 nuevas rutas el año pasado y ofreció conexiones directas a 181 destinos en total.

El año pasado, los pasajeros hicieron el mayor uso de la conexión aérea directa entre Praga y Londres, con casi 1,4 millones de viajes en esta ruta. Esta conexión registró un aumento interanual del 26% de pasajeros. París fue también la más utilizada el año pasado (719.000 pasajeros en total, un 4% más interanual), seguida de Ámsterdam (651.000 pasajeros, un 21% más interanual), Milán (606.000 pasajeros, un 11% más interanual) y Roma (536.000 pasajeros, un 37% más interanual). En cuanto al número de pasajeros transportados, los países con mayor actividad fueron el Reino Unido (2,1 millones de pasajeros, un 29% más interanual), Italia (1,9 millones de pasajeros, un 22% más interanual) o España (1,6 millones de pasajeros, un 38% más interanual). Un total de 76 aerolíneas operaron en el aeropuerto Václav Havel de Praga el año pasado. Smartwings, Ryanair, EasyJet, Wizz Air y Lufthansa fueron las que más pasajeros transportaron el año pasado.

Fuente: Letiště Praha (Aeropuerto Praga)

SMARTWINGS sigue siendo la compañía aérea checa más fuerte y la que más servicios charter ofrece a los turoperadores. Está trabajando con los mayores turoperadores como EXIM Tours y CK FISCHER, miembros del grupo DER Touristik Eastern Europe, y con el turoperador Čedok con el que tiene firmado el contrato hasta 2027. La agencia

de viajes mayorista Blue Style, por su parte, decidió en 2024 comenzar a trabajar también con otras compañías aéreas que ofrecen vuelos chárter.

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.

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.

SmartWings domina en número de pasajeros transportados en el segmento vacacional en la temporada de verano con una cuota de aproximadamente el 60%, seguida de Ryanair y Eurowings. Durante el verano 2025, Smartwings ofrecerá vuelos directos desde Praga a setenta destinos y en comparación con el año pasado habrá un aumento en el número de vuelos a Ponta Delgada (Azores), **Madrid**, Cagliari y Olbia en Cerdeña, Lamezia Terme, Salónica, Tirana, Tel Aviv, Madeira y Lanzarote. **En los vuelos regulares a Tenerife y Gran Canaria, los clientes también pueden viajar en clase business class.**

El año pasado, Smartwings transportó 6,5 millones de pasajeros en vuelos regulares y chárter, lo que supone un aumento interanual del 20,1%. En cuanto al número de pasajeros transportados, Smartwings superó en un 16,3% el nivel anterior a la pandemia de 2019.

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 está colocando su código en los vuelos de Eurowings y viceversa, que operan desde Praga a más de 16 destinos.

La tercera compañía aérea más importante que opera desde la República Checa es **RYANAIR**. Utiliza en especial los aeropuertos regionales, pero también vuela desde Praga. Para 2025 ha anunciado nuevas frecuencias y destinos:

La principal novedad en el aeropuerto Václav Havel de Praga será el lanzamiento de una nueva ruta Praga - Trieste. Esta ruta conectará la capital checa con la ciudad portuaria italiana de la costa adriática, conocida no sólo como un popular destino de vacaciones estivales, sino también como un importante centro cultural y gastronómico. Ryanair ampliará su oferta de destinos italianos desde Praga, que ya incluye Roma, Bérghamo y Bolonia.

El aeropuerto de Brno cuenta con una nueva y atractiva ruta en 2025. Brno – Málaga. El primer vuelo despegó el 31 de marzo de 2025 y la ruta operará dos veces por semana: los lunes y los jueves. La nueva ruta a Málaga forma parte de la amplia expansión de Ryanair en la República Checa, que también incluye la apertura de servicios regulares de Ostrava a Girona y de Pardubice a Mallorca.

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. Como novedad, ofrece también vuelos a Mallorca.
- 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. Y como novedad, ofrece vuelos regulares a Girona y Málaga.
- České Budějovice – a partir de 2023 lo utiliza el touroperador Čedok para vuelos chárter, directos a Grecia y Turquía.

ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR HACIA ESPAÑA

28

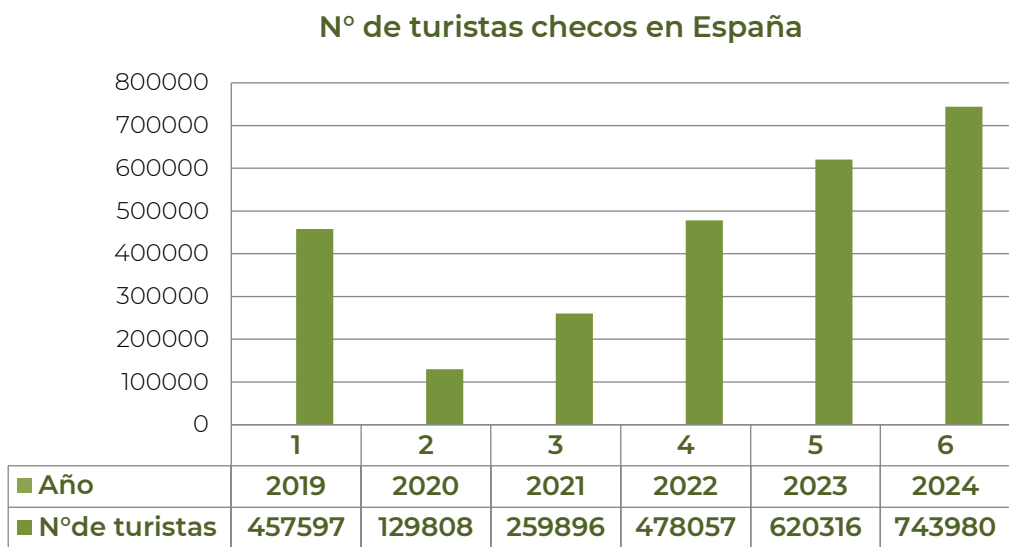
Evolución de las entradas de turistas en España desde 2016.

En total, 743.980 turistas checos llegaron en 2024 a España frente a los 620.316 en 2023, lo que supone variación interanual del 19,94%. 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 - 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	30,00 %
2024	743.980	19,94%

Fuente: INE, (Frontur).



Fuente: INE (FRONTUR): Evolución de 2019 a 2024 para ver la evolución después de la pandemia,

Viajes MICE

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 y Gran Canaria, 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, no obstante, teniendo en cuenta la reducción general de viajes de trabajo debido a las nuevas tecnologías, es de suponer que este tipo de viajes viene disminuyendo.

Itinerarios

El número de residentes checos que llegaron como peregrinos a Santiago de Compostela según la Fundación Jacobea fue 5.162 peregrinos de la República Checa quienes recibieron la Compostela en 2024 frente a los 4.825 personas que la recibieron en 2023.

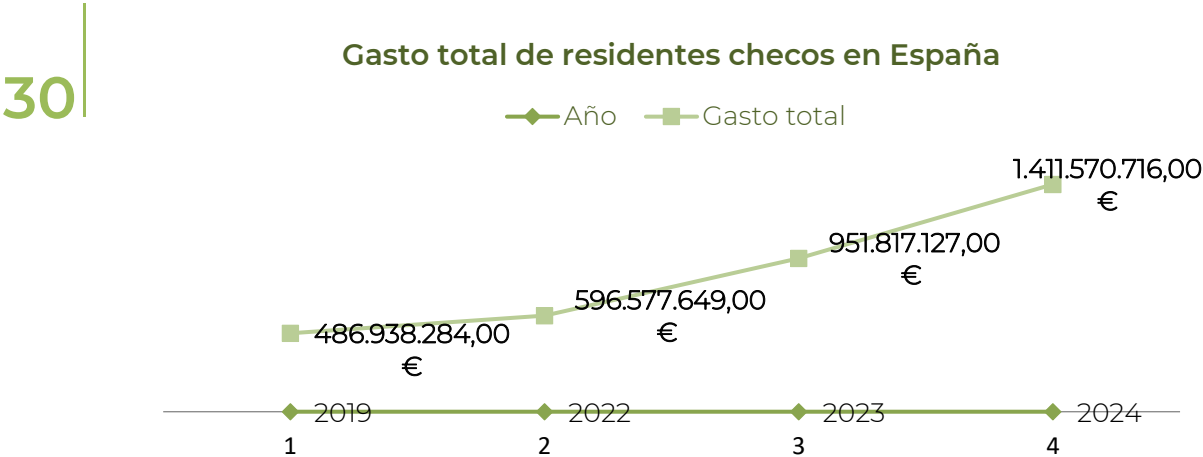
Evolución del gasto total, gasto medio por turista y gasto medio diario desde 2016.

Según los datos de INE, los checos gastaron en España en 2024 en total 1.141.157.071 euros y la variación interanual es de 11,99 %.

La estancia media fue de 8 días, un día más frente a 2023, Y el gasto se mantenía al mismo nivel que en el año anterior. El gasto medio diario fue 169 euros y por persona/estancia unos 1.299 euros. También influyó en este promedio un ligero decrecimiento de los precios de paquetes turísticos.

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
2024	169 €	1 299 €	1.141.157.071 €	8

Fuente: INE

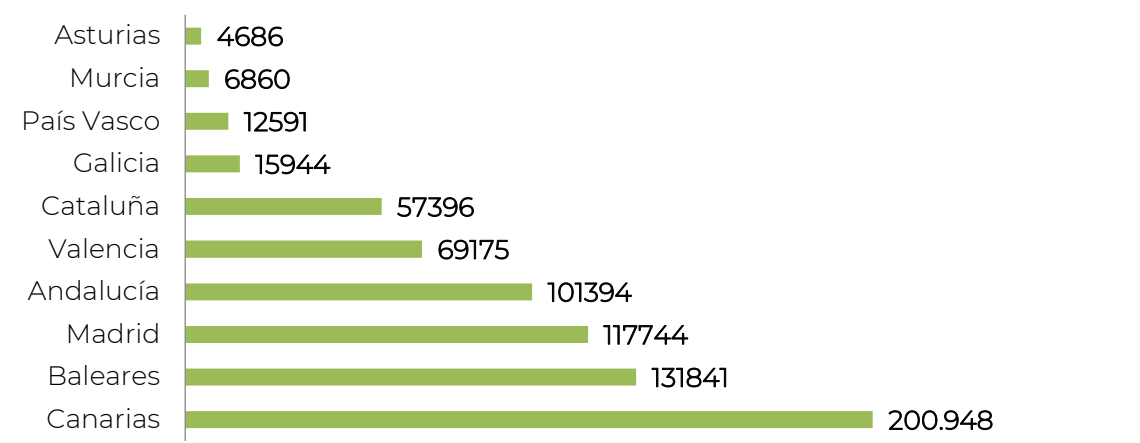


Fuente: INE, (EGATUR)

Destinos más visitados en España

Según los datos del INE, las Comunidades más visitadas en 2024 fueron las Islas Canarias y Las Baleares, seguidos por Andalucía, Andalucía y Comunidad de Madrid y la Valenciana. En 2024, cayeron notablemente las cifras de llegadas a Cataluña, y aparecieron en la estadística del INE nuevos destinos con mucho potencial como Galicia, País Vasco y Asturias.

Viajes largos de los residentes checos a España según destinos 2024



Fuente: INE (FRONTUR)

Comparación de los seis primeros destinos y variación anual

Destino	2023	2024	Variación interanual
Canarias	173.689	200.948	15,6%
Baleares	109.620	131.841	20,2%
C. Madrid	56.112	117.744	109%
Andalucía	68.484	101.394	48%
C.Valenciana	57.749	69.175	19%
Cataluña	112.201	57.396	-51%

Fuente: INE,(FRONTUR)

Al igual que en 2023, se notó un gran crecimiento de residentes checos que visitaron a las islas Canarias, pero el mayor incremento lo notaron la Comunidad de Madrid, y Andalucía.

En el caso de Cataluña y su destino primordial, Barcelona, influyeron negativamente el impacto mediático sobre el *overtourism* en Barcelona y las manifestaciones en contra de los turistas (publicados en todos los medios checos). También existe una percepción de menor sensación de seguridad de Barcelona así como de precios muy altos en los alojamientos en la zona céntrica. Por otro lado, para los turoperadores y agencias, las restricciones en lo que se refiere, entre otras, al número de turistas por grupo (máximo 15), provocaron una reducción en el número de viajes organizados a Barcelona.

Al contrario, en el caso de las Islas Canarias y Baleares, pese a que igualmente saltaron a los medios checos las noticias sobre las manifestaciones contra el exceso de turistas, ello no tuvo impacto negativo en el número de viajes.

El resto de destinos mencionados en la tabla, y en especial C. Valenciana, se están convirtiendo en destinos visitados cada vez más por turistas checos de manera individual. En el caso de las islas, el principal atractivo es el turismo de naturaleza, y en el caso de Andalucía y Comunidad Valenciana, existen además otros motivos influyentes:

- Muy buena conexión aérea con Valencia y Alicante; con Málaga y Sevilla; a lo largo de todo el año.
- Compra de inmuebles por parte de los checos en Alicante provincia y en Andalucía, provincia de Málaga.
- Mayor flexibilidad en los que se refiere a la reserva de visitas. Por ejemplo, en determinados monumentos como la Alhambra o los Reales Alcázares, resulta más sencillo obtener entradas para grupos pequeños organizados de manera individual (5-8) que para las agencias de viajes.
- Desestacionalización de destinos, es decir, los checos empiezan a viajar, por ejemplo, a Andalucía en invierno.

Destino 2024	Llegadas de turistas checos en 2024	Con paquete	% de viajes organizados (paquetes)
Canarias	200 948	96 481	48%
Baleares	131 841	72 253	54%
Andalucía	101 394	50 467	49%
C. Valenciana	69 175	10 871	15%

Fuente: INE, (FRONTUR)

En lo que se refiere a la Comunidad de Madrid, el crecimiento en el número de residentes checos que lo visitaron en 2024 se debe a tres factores: vuelos diarios, redescubrimiento de esta ciudad y de sus atractivos y un cierto equilibrio a nivel calidad/precio.

Es necesario destacar que la potente promoción que se ha llevado a cabo desde la OET de Viena en el mercado checo, enfocada en CC.AA menos concurridas, a través de acciones como reportajes en la TV nacional checa, han colaborado en el crecimiento de llegadas de residentes checos a España.

El destino más solicitado por las familias con niños fueron las islas, en especial, las Canarias, y las Baleares, así como Andalucía. Al contrario, Murcia, Mar Menor, es destino explotado en especial por la generación 55+, y eso, gracias a dos turoperadores que fletan vuelos chárter, Delfin travel y CK Fischer.

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.

En la estadística del INE aparece por primera vez Galicia con un notable número de residentes checos, el País Vasco, y Asturias. Son destinos de turismo preferentemente individual aunque también hay agencias de viajes que organizan grupos reducidos a estas comunidades, con enfoque a turismo activo.

Capacidades aéreas

El éxito de 2024 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 2024 se realizaron 5.736 vuelos, con 1.023.322 asientos, la mayoría (92,19%) desde el aeropuerto en Praga. Sin embargo, crece el número de vuelos operados desde los aeropuertos provinciales, como České Budejovice, Pardubice, Brno, Ostrava para vuelos chárter a fin de incrementar la accesibilidad.

Respecto a los vuelos regulares y directos, en total son 18 destinos españoles con conexión directa desde la República Checa. El mayor operador es Smart Wings quien opera sobre todo las Islas Canarias. Para 2025 anuncia abrir vuelos directos a Barcelona, 4 veces a la semana, y aumentar el número de líneas regulares a Málaga, a partir de 23/10/25,- hasta 12 semanales - . Además, Smart Wings ha cerrado un acuerdo con Air Europa para organizar la conexión ventajosa a los destinos españoles donde no hay vuelos directos (Praga-Madrid-Valladolid/A Coruña/Vigo, etc).

Eurowings opera cinco destinos desde Praga: Málaga, Barcelona, Valencia, Alicante y Fuerteventura.

Ryanair opera vuelos directos desde Praga (Madrid, Sevilla), pero también desde los aeropuertos provinciales. Desde Pardubice, opera Alicante, Girona y Mallorca, y desde marzo de 2025 desde Ostrava opera todo el año Girona.

Otras compañías que operan líneas directas son Vueling que opera los destinos Barcelona y Bilbao.

Madrid es operado por Smartwings, Ryanair, Air Europa e Iberia.

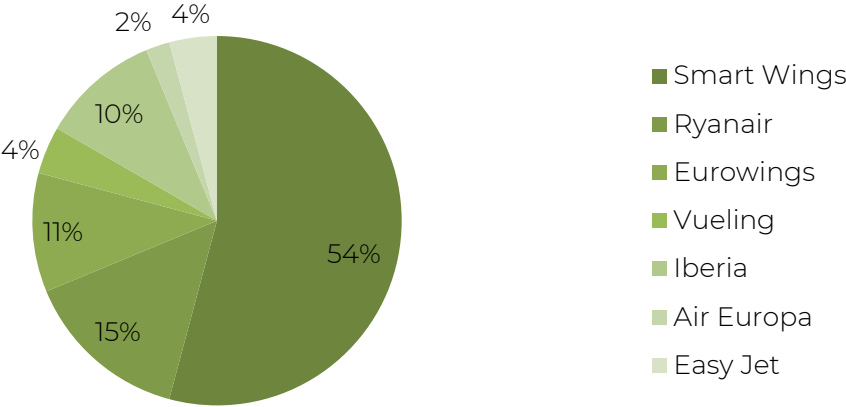
Mes	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Variación 2024-2025
Enero	104	118	185	198	183	39	174	155	283	332	49
Febrero	96	103	174	191	176	32	158	146	291	333	42
Marzo	142	150	244	247	147	45	217	222	347	387	40
Abril	179	238	296	294	4	68	348	284	407	443	36
Mayo	208	258	320	320	32	86	362	302	443	517	75
Junio	313	354	443	416	6	144	393	328	571	617	58
Julio	365	407	476	437	123	207	411	378	607	660	53
Agosto	354	409	497	464	165	208	412	391	609	657	48
Septiembre	314	371	444	420	119	181	382	354	603	624	21

Mes	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Variación 2024-2025
Octubre	221	262	315	331	71	187	348	349	481	569	88
Noviembre	152	210	232	235	37	159	10	316	364	456	92
Diciembre	162	224	241	240	54	175	0	325	375	454	79
Total año	2610	3104	3867	3793	1117	1531	3215	3550	5236	6049	+813

FUENTE: OAG

El mayor crecimiento de vuelos se notó en 2024 frente a 2023 (+1686), y una cierta desaceleración se debe a la saturación de aeropuertos.

Cuota de compañías aéreas
vuelos directos a España 2025



Fuente: Elaboración propia a base de los datos INE y del Aeropuerto de Praga – nº de vuelos regulares operados en 2024 desde Chequia a España.

Conexiones con destinos españoles según las compañías aéreas, tanto regulares como chárter, 2024

	Smart Wings	Eurowings	Ryanair	Iberia	Vueling	Easyjet
Alicante		✓	✓			✓
Almería	✓					
Barcelona		✓	✓		✓	
G. Canaria	✓					
Fuerteventura	✓					
Lanzarote	✓					
Málaga	✓	✓	✓			
Madrid	✓		✓	✓		
Menorca	✓					
Mallorca	✓	✓	✓			✓

INFORME BÁSICO DEL MERCADO

REPÚBLICA CHECA 2025

	Smart Wings	Eurowings	Ryanair	Iberia	Vueling	Easyjet
Tenerife	✓					
Valencia	✓	✓				
Sevilla			✓			
Bilbao					✓	
Girona	✓		✓			
Reus	✓					
Murcia	✓					
La Palma	✓					
Ibiza	✓					

Fuente: Aeropuertos checos, INE

Según el aeropuerto checo (se subrayan los operados todo el año):

1. **Desde Praga:** conexiones con Madrid, Barcelona, Reus, Valencia, Sevilla, Málaga, Almería, Ibiza, Menorca, Mallorca, Alicante, Murcia, Tenerife, Fuerteventura, Lanzarote, Gran Canaria, La Palma (a partir de 6/2025).
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 y desde 03/2025 Girona.

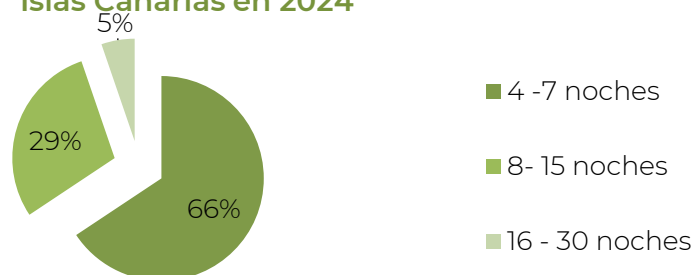
35

Perfil/es del turista:

En 2024, la estancia media de los checos era de 8 días. En todos los destinos indicados, la mayoría de residentes checos permanecían entre 4 y 7 días, circunstancia comprensible en el caso de las Islas Canarias, Baleares o Andalucía, pero sorprendente en el caso de Madrid que siempre se consideró destino para City breaks. De los 117.744 residentes checos que visitaron Madrid en 2024 el 52,7 % pernoctó en la ciudad mínimo 4 noches.

Las estancias en las Islas Canarias empiezan a distribuirse a lo largo de todo el año, si bien el trimestre más potente en cuanto a volumen de llegadas fue el cuarto.

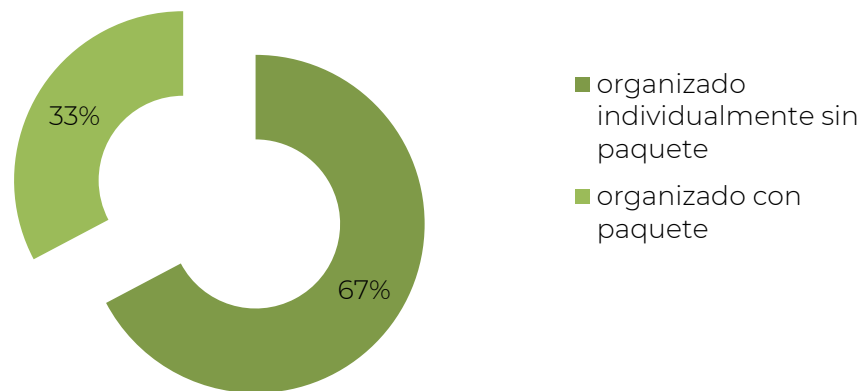
Duración de viajes de residentes checos a las Islas Canarias en 2024



Fuente: INE (EGATUR)

En 2024, la mayoría de los turistas checos viajaron a España en avión (97,5%), tan solo un 2,1% lo hizo 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 743.980 de residentes checos que llegaron a España en 2024, el 67,4% llegaron sin paquete turístico y el 32,5% con paquete turístico.

Cuota según la organización de viajes España, 2024



Fuente: INE (FRONTUR)

Este dato demuestra el creciente interés de conocer España por su propia cuenta, fuera de los circuitos y ofertas tradicionales de los turoperadores y agentes de viajes. Cada vez más gente viaja a España organizando su propio paquete lo cual es patente en la forma de presentación online y la promoción de servicios turísticos en España (con un nivel muy alto) y aquellos 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 como destino "sol y playa" es 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 2024 continuó la tendencia de viajar a España (en especial, a las Islas Canarias, Baleares y Andalucía) 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, sugerencias viajeras, etc. y también la cada vez mayor oferta de las agencias de viajes checas de trekking de alta montaña (rutas circulares, GR, Sierra Nevada, Pirineos, Picos de Europa, escaladas y otras alternativas, por ejemplo, Sierra de Guadarrama). A eso contribuyen eventos únicos que se suelen organizar en Chequia, que no son las tradicionales ferias de turismo sino foros para viajeros donde se promocionan este tipo de viajes individuales en presentaciones, charlas, debates y documentales, como inspiración para los demás.
- 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 y en los últimos tiempos, 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 running en caso de las Islas Canarias. El mismo patrón se aplica sobre el turismo urbano-cultural. Los checos prefieren las ciudades como Barcelona, Valencia y Málaga donde pueden disfrutar del mar y la cultura. En 2025, gracias a las acciones de promoción realizadas en 2024, están muy en boga Cádiz y la provincia de Sevilla.
- Un fenómeno de reciente surgimiento son los viajes a destinos españoles con buena climatología en época navideña, como es el caso de Andalucía, bajo la premisa de existencia de vuelos directos.
- En temporada de verano las familias con niños viajan sobre todo a los destinos como Andalucía, Valencia, Baleares (Mallorca y Menorca), Islas Canarias, Cataluña, mientras que en Región de Murcia predomina el colectivo 55+, pero 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 para viajar a España son muy variados – surfing, autocaravaning, visita de parques naturales, escalada, exposiciones temporales, buceo, maratones, partidos de fútbol, conciertos, LGBT+, pueblos menos conocidos, 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. Lo asocian con un buen fútbol, mar, flamenco, vino y gastronomía de alto nivel. En los últimos años, los checos han empezado a percibir España como un excelente destino gastronómico y las rutas y degustaciones gastronómicas son solicitados cada vez más.

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

El visitante checo, no obstante, aprecia el alto nivel de eventos culturales y deportivos, y las bellezas naturales de los Pirineos y de otras cadenas montañosas en nuestro país. Poco a poco se ha conseguido modificar en el imaginario colectivo la tradicional imagen de las Islas Canarias de destino de únicamente sol y playa en favor del turismo de naturaleza y de deportes activos.

Para el visitante checo, resulta llamativo el fenómeno de las manifestaciones en contra del turismo, en algunos destinos muy conocidos, teniendo presente que el visitante de este país es muy respetuoso con los usos y las costumbres de los lugares que visita. Por desconocimiento del verdadero problema de los destinos afectados por turismo masivo se ha dado una imagen un tanto negativa de algunos destinos españoles, si bien, desde la OET de Viena se han matizado y aclarado las informaciones que algunos medios han vertido.

Comercialización del destino España en los distintos canales.

38

Para la comercialización de España en la República Checa, lo más óptimo 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 lo 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, podcast, foros para 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, 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. ej. Cestoval.cz, nanomadskestezce.cz, Hedvabna stezka.cz, etc. o el portal Worldee, que organiza viajes individuales pero 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 de viaje medida.

En definitiva, hay un alto grado de fidelidad al destino y ganas de conocer más lugares y destinos españoles. El hecho 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 tan solo gestionan a través de ella algunos 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 la realidad.

El motivo con mayor peso, no obstante es el hecho de que España ha dejado de ser considerado destino donde es difícil superar la barrera idiomática.

Además, España se considera un destino ideal para la jubilación y cada vez hay más residentes checos adquiriendo segundas residencias en España.

39

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 han triplicado el número de vuelos a Alicante, que se ha convertido en uno de los destinos más solicitados.

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 con licencia que hablen checo así como las reservas de entradas en España en monumentos que no permiten flexibilidad. En el caso de las Islas Canarias se observa la prolongación de estancias y las ganas de conocer más islas, no solamente Tenerife y Gran Canaria.

Tendencias de los viajeros individuales cara al futuro:

- Se desarrollará cada vez más el autocaravaning y nuevos destinos menos conocidos donde la climatología no sea un factor a tener en cuenta, como Galicia, Cantabria, Asturias. Cada vez más hay preguntas respecto a las condiciones de autocaravaning con mascotas.
- Los viajeros individuales utilizarán potentes herramientas de inteligencia artificial, como el AI Trip Planner de Booking.com, para crear itinerarios personalizados y utilizarán la tecnología para encontrar destinos menos concurridos y evitar así los puntos turísticos congestionados.
- Las agencias de viajes especializadas en el segmento 55+ están percibiendo que sus clientes de esta edad dan ahora más importancia al tiempo que pasan juntos con su familia, hijos y nietos, e invierten en experiencias de viaje compartidas, centradas en reforzar las relaciones familiares y quieren aprovechar al máximo el tiempo que pasan con ellos. El 46% de los viajeros prefiere gastar su dinero en un viaje que les proporcione la experiencia de

su vida que dejarlo como herencia. Los viajeros de más edad prefieren financiar viajes para sus hijos (80%) y nietos (78%). España es el país ideal para este turismo compartido por la seguridad que ofrece y por los servicios para niños.

- Al mismo tiempo, los baby boomers (personas nacidas entre 1946 y 1964) están cambiando la percepción de lo que significa viajar en con más de 55 años. El 23 % de los encuestados de esta generación (frente al 10 % en 2024) afirmaron estar interesados en aventuras llenas de adrenalina, como el paracaidismo, el piragüismo en los ríos más grandes del mundo y el senderismo en zonas montañosas (encuesta Booking.com) y esta tendencia se empieza a notar en la oferta de las agencias de viajes a España orientadas a este segmento de edad y en la inspiración de viaje que buscan en los festivales para viajeros.

Previsiones.

El turismo individual a España seguirá teniendo tendencia creciente y lo único que puede suponer un freno son los precios de vuelos y de otros productos turísticos. También crecerá el turismo del segmento 55+ buscando nuevas vivencias y lugares menos conocidos. Esto se debe, como hemos apuntado anteriormente, a la dificultad cada vez mayor para las agencias de viajes a reservar entradas para grupos con antelación sin poder modificarlas y organizar visitas guiadas con mínimo de 25 personas para que el viaje sea rentable.

Los grandes turoperadores dicen haber vendido entre 40 - 60% de sus paquetes en first minute (entre agosto 2024 y marzo 2025). Curiosamente, en abril, bajo la influencia de nuevas agencias de viajes extranjeras que han entrado en el mercado checo, como la gran agencia de viajes alemana TUI o Coral Travel, los tradicionales turoperadores han sido obligados a moderar la subida de precios o incluso reducirlos y aportar ofertas interesantes, nuevos destinos e incluso nuevos puntos de partida dentro de la República Checa.

En 2025, las campañas promocionales tienden a promover el turismo urbano y gastronómico (Madrid, Región de Murcia, Alicante), destinos menos conocidos (Castilla-La Mancha, el interior de la Región de Murcia, Rutas del vino en Castilla y León, la naturaleza y gastronomía en Galicia), los eventos culturales y tradiciones de Gran Canaria y Castilla-La Mancha (podcasts, documentales para TV nacional checa) y el turismo activo (recorrido de la GR 131 por las Islas Canarias). Todo apunta que no son pocos que quieren conocer España más a fondo y nuevos destinos. Por ello, resulta crucial promocionar más las diferencias entre las Comunidades Autónomas y sus productos enfocados al turista individual en las revistas 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 2024 fue muy fructífero en términos de turismo emisor. La estabilidad de la corona checa frente al euro, la estabilización de los precios de las energías y un cierto olvido de la existencia de la cercana guerra en Ucrania tuvieron impacto positivo en turismo emisor. También la inflación disminuyó, lo que por otro lado aportó más fuerza al turismo nacional apoyado por la promoción realizada por CzechToursim de la llamada Ruta (Stezka Českem) a lo largo de las fronteras checas.

Al igual que en los últimos años, los checos no han escatimado en lo que se refiere a las vacaciones: ya que los ahorros se remuneran a un tipo de interés muy baja y no se actualizan de acuerdo con la inflación. Se prefiere, por tanto, invertir en ocio y viajes.

El principal rasgo de los viajes de 2024 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 2025.

El uso de internet en el sector de turismo ya es imprescindible (para la búsqueda de información práctica), pero los estudios apuntan cada vez más a que el papel cada vez más clave lo desempeñan los medios impresos enfocados en el segmento de poder adquisitivo medio-alto, porque los consideran más fiables y más profundos en lo que a la información se refiere (fuente de inspiración).

Aspecto distinto es el uso de internet en el sector de comercialización y venta de servicios turísticos, pero en la fase de búsqueda y la toma de decisión sobre a qué destino viajar, la mayor influencia la tienen medios impresos, documentales en TV y nuevas formas como los podcasts y blogs. Pese a que la gente joven se deja guiar por Tik Tok e Instagram, los clientes con mayor poder adquisitivo prefieren otro tipo de fuentes de inspiración.

Con todo, habrá que estar atentos a la evolución de la turoperación en el mercado, en el que han entrado empresas muy fuertes como TUI. Los turoperadores están buscando diversificar nuevos productos y canales utilizando la digitalización a fin de reducir sus costes ya que determinadas normas nacionales y europeas, tanto actuales como futuras, - p.ej. a partir de 2027 los permisos a pagar por las emisiones contaminantes afectarán notablemente el transporte,- repercutirán sobre el turismo. A ello, se le suma el hecho de que, desde la época del COVID las agencias están sufriendo escasez de recursos humanos con formación especializada y años de experiencia en el sector.

En lo que respecta a España, queda patente que gracias a los vuelos operados todo el año (Málaga, Sevilla, Girona, Valencia, Madrid y Barcelona), desde los que es fácil llegar a otros destinos españoles cercanos, se está favoreciendo una mayor desestacionalización, ya que los turistas en general buscan mejores precios y disponer de rutas aéreas durante todo el año, incentiva a viajar fuera de temporada. Otro aspecto que influirá es el efecto del cambio climático en destinos veraniegos tradicionales, ya

que los flujos de turistas se pueden ver reconducidos hacia destinos veraniegos menos calurosos, como el norte de España.

En cuanto al turismo nacional, El Gobierno checo ha lanzado una campaña de fomento del turismo nacional. Para 2025, el Estado aportará un total de 1 480 millones de coronas checas (59,62 millones de euros) para apoyar el turismo dentro del país, cantidad que duplica a la invertida en años anteriores.

Para 2025, se espera que el turismo emisor se centre en el turismo sostenible, las tecnologías innovadoras en la planificación de viajes y las conexiones personales, culturales y medioambientales con los destinos. Los viajeros buscarán experiencias más profundas y serán cada vez más conscientes del impacto medioambiental de su viaje. Todo ello se reflejará en grupos más reducidos que viajen como parte de un viaje organizado o individualmente, en la búsqueda de nuevas rutas y destinos, en enlaces aéreos y ferroviarios más interconectados, etc.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

