

EL CANAL RETAIL EN REPÚBLICA CHECA

2024

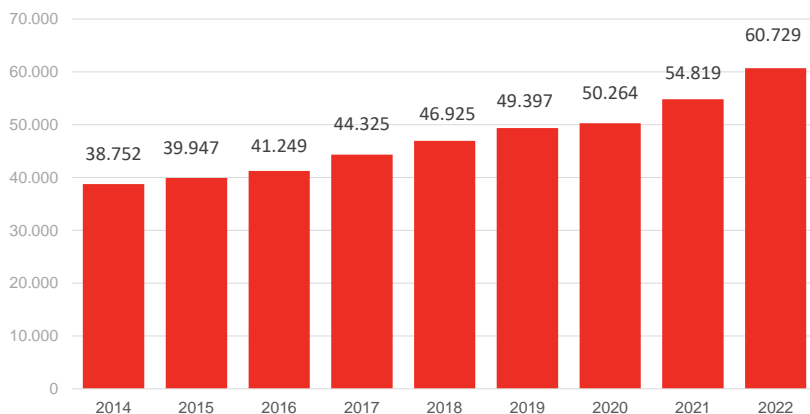
Características principales

Alta competencia	La presencia de grandes cadenas internacionales es uno de los mayores obstáculos para las nuevas empresas.	Transición hacia economía de mercado	La entrada de grandes inversores internacionales ha traído consigo la modernización y diversificación del sector.
Crecimiento sostenido	Reflejado en un aumento de la demanda de productos de alta calidad y especialidades.	Evolución del comercio electrónico	Potenciado por la pandemia de COVID-19, supone una vía adicional para que las empresas españolas lleguen a los consumidores checos.

Situación actual

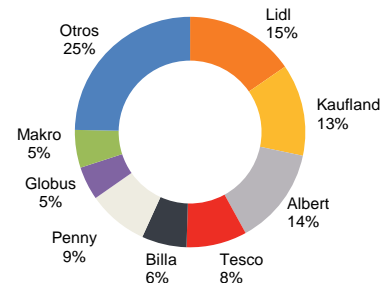
Evolución de los ingresos del canal retail (2014 - 2022)

Datos en millones de euros



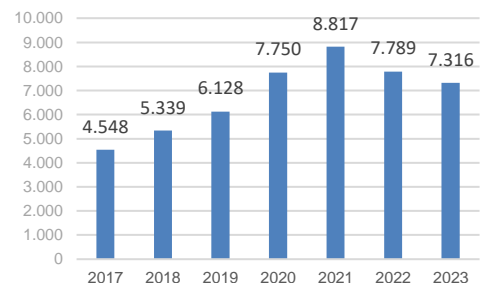
Actores principales

Cuota de mercado (2022)



Evolución de ingresos en e-commerce

Datos en millones de euros



- El mercado minorista se beneficia de la situación favorable de los consumidores y del **incremento del gasto minorista** de los hogares checos.
- La década 2010-2020 fue un **período de crecimiento gradual** del canal retail checo, pero este crecimiento fue interrumpido por una serie de crisis entre 2020 y 2022.
- Las **plataformas de e-commerce experimentaron un crecimiento exponencial**, con los consumidores adoptando rápidamente las compras online por conveniencia y seguridad.
- El **sector de parques comerciales ha sido un motor clave** de crecimiento con nuevos espacios de venta abriéndose en números récord esperados para 2024 y 2025.
- Actualmente, el desarrollo de este sector **se centra en la mejora de la calidad y la modernización** de los locales comerciales.

Otros ámbitos del canal retail

DIY:

- Ingresos** del mercado DIY alcanzarán **4,87 mil millones de euros en 2024**.
- Gastos per cápita** en bricolaje en Chequia estimados en **453,30 euros**.
- Consumidores checos prefieren **productos que minimicen el impacto ecológico**.
- Los actores principales de este segmento están **aumentando considerablemente su espacio de venta**.

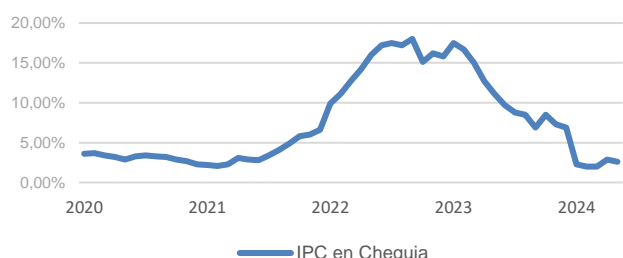
Comercio electrónico:

- Aproximadamente el **54 % de la población checa compra en línea**.
- Alza.cz y Mall.cz** son actores dominantes en comercio electrónico.
- El gobierno checo fomenta el comercio electrónico **B2B y B2C**.
- La generación de **16 a 24 años** compra usando sus **smartphones**.
- El interés en **comercio electrónico transfronterizo está creciendo** en Chequia.

Demanda

Los consumidores checos priorizan **productos locales y orgánicos**.El **comercio electrónico ha crecido** sustancialmente debido a la **pandemia**.La **estacionalidad** afecta significativamente las compras durante temporadas festivas.Consumidores en áreas rurales prefieren productos **tradicionales y locales**.Jóvenes profesionales y familias prefieren **servicios en línea y productos premium**.

Precios

El mercado minorista en Chequia ha experimentado aumentos de precios debido a la **inflación**, cambios en la demanda y mayores **costos de producción**, enfocándose en **productos de alta calidad**.

— IPC en Chequia

EL SECTOR RETAIL EN REPÚBLICA CHECA

2024

Percepción del producto español

- Los productos españoles en Chequia son percibidos como **auténticos y de alta calidad**, especialmente **alimentos y bebidas**.
- Marcas como **Goya** y **El Pozo** han entrado al mercado checo **a través de distribuidores** locales.
- Zara, Mango** y **Desigual** han **establecido tiendas propias** en Praga y Brno, fortaleciendo su presencia en el país.
- La **visibilidad en puntos de venta estratégicos** ha **mejorado la imagen** de productos españoles en Chequia.

Costes de establecimiento

Costes inmobiliarios Praga tiene **altos costos de inmuebles comerciales** por su demanda y densidad, mientras que Brno tiene precios más bajos. Las **zonas rurales** presentan costos menores, pero también **menor rentabilidad** debido a la baja densidad de población y menor poder adquisitivo.

Costes laborales Los salarios en el sector **retail varían según la posición y experiencia**. La demanda de profesionales en **ventas y gestión está en aumento**, con salarios que reflejan cierta variabilidad dependiendo de la localización y del tipo de tienda.

Divisa En el sector minorista checo, se usa principalmente la **Corona Checa (CZK)** para presupuestos, pero el Euro (EUR) y el dólar estadounidense (USD) son comunes para **productos importados y acuerdos internacionales**.

Perspectivas del sector

- El mercado minorista checo ha experimentado una **notable recuperación tras diversas crisis**.
- La **digitalización y la integración omnicanal** seguirán siendo tendencias clave.
- Las ventas en línea y las tiendas físicas crean un **retail más cohesivo**.
- La diversificación con **formatos híbridos** en comercio, servicios y gastronomía está en auge.
- Las oportunidades para empresas españolas son significativas en **nichos de alta calidad**.
- Los **productos españoles**, especialmente con **denominaciones de origen**, tienen gran **potencial en Chequia**.
- Invertir en **plataformas digitales y marketing** es esencial para **captar consumidores checos**.
- Chequia ofrece un **entorno empresarial favorable** con un **marco regulatorio estable y economía en crecimiento**.
- La República Checa es una **puerta de entrada** eficiente a mercados vecinos como **Polonia y Hungría**.
- La **red de comunicaciones** de Chequia está bien desarrollada, facilitando el **acceso a compradores locales**.

Información práctica

Ferias	Asociaciones	Organismo público
Salima Technology www.bvv.cz/salimatech Styl Kabo www.bvv.cz/styl-kabo Czech Online Expo www.czechonlineexpo.cz	Asociación de Minoristas www.retail.cz Asociación de Comercio Tradicional Checo www.acto.cz Asoc. Comercio Electrónico www.apek.cz	Ministerio de Industria y Comercio de la República Checa www.mpo.gov.cz Oficina Económica y Comercial de España en la República Checa http://republicacheca.oficinascomerciales.es Embajada de España en la República Checa www.exteriores.gob.es/Embajadas/praga/es/Paginas/index.aspx

Más info [Accede aquí](#) al estudio de mercado completo

Realización
Jon García Herrero

1 de agosto de 2024
Praga

Supervisión
Oficina Económica y Comercial de
la Embajada de España en Praga

<http://republicacheca.oficinascomerciales.es>

Editado
ICEX España Exportación
e Inversiones, E.P.E.

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso. ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es
www.icex.es