

# RANKING GENERAL DE MARCAS PAÍS

Las primeras diez marcas país del ranking general nos permiten sacar varias conclusiones interesantes:

1. Diversidad geográfica: están representados Europa, Norteamérica, Asia y África.
2. Variedad de tamaños y rangos: desde Estados Unidos y Australia hasta Maldivas y Fiji.
3. Todas estas marcas país miden alto dentro de las motivaciones experienciales, que incluyen descanso/ relax, sitios históricos y culturales, actividades para la familia, y/o playas.
4. Considerando que hay tres islas dentro de las diez primeras, la noción de escape como factor de motivación es clara. Más aun, el descanso y el relax aparecen también como un factor crítico.

01	ITALIA	
02	AUSTRALIA	
03	EE.UU.	
04	FRANCIA	
05	MALDIVAS	
06	GRECIA	
07	FIJI	
08	TAILANDIA	
09	EGIPTO	
10	BAHAMAS	



## MARCAS PAÍS QUE MÁS MEJORARON

- 1  China
- 2  Corea del Sur
- 3  Australia
- 4  Emiratos Árabes Unidos
- 5  Italia
- 6  Estados Unidos
- 7  República Checa
- 8  Tailandia
- 9  Sudáfrica
- 10  Vietnam



## MARCAS PAÍS EN ASCENSO

- 1  China
- 2  Emiratos Árabes Unidos
- 3  Cuba
- 4  India
- 5  Tailandia
- 6  Australia
- 7  Croacia
- 8  Brasil
- 9  República Dominicana
- 10  Vietnam



MEJOR MARCA PAÍS EN:

## ARTE / CULTURA

- 1  Italia
- 2  Francia
- 3  Egipto
- 4  Reino Unido
- 5  Grecia
- 6  China
- 7  Alemania
- 8  España
- 9  India
- 10  Austria



MEJOR MARCA PAÍS EN:

## HISTORIA

- 1  Italia
- 2  Egipto
- 3  Grecia
- 4  Turquía
- 5  China
- 6  India
- 7  Reino Unido
- 8  Francia
- 9  México
- 10  Israel



MEJOR MARCA PAÍS PARA:

**NATURALEZA**

- 1  Australia
- 2  Estados Unidos
- 3  Canadá
- 4  Bahamas
- 5  Suiza
- 6  Kenia
- 7  Sudáfrica
- 8  Alemania
- 9  Egipto
- 10  Austria



MEJOR MARCA PAÍS PARA:

**PLAYAS**

- 1  Bahamas
- 2  Maldivas
- 3  Australia
- 4  Fiji
- 5  Jamaica
- 6  Estados Unidos
- 7  Tailandia
- 8  Grecia
- 9  España
- 10  Egipto



### MEJOR MARCA PAÍS PARA:

## FAMILIAS

- 1  Estados Unidos
- 2  Australia
- 3  Canadá
- 4  Italia
- 5  España
- 6  Francia
- 7  Reino Unido
- 8  Bahamas
- 9  Tailandia
- 10  Grecia



### MEJOR MARCA PAÍS PARA:

## VIDA NOCTURNA

- 1  Estados Unidos
- 2  España
- 3  Brasil
- 4  Tailandia
- 5  Reino Unido
- 6  Francia
- 7  Líbano
- 8  Australia
- 9  Corea del Sur
- 10  Italia



MEJOR MARCA PAÍS PARA:

## CONVENCIONES

- 1  Estados Unidos
- 2  Australia
- 3  China
- 4  Reino Unido
- 5  Bahamas
- 6  Emiratos Árabes Unidos
- 7  Japón
- 8  Francia
- 9  Singapur
- 10  Tailandia



MEJOR MARCA PAÍS PARA:

## NEGOCIOS

- 1  Estados Unidos
- 2  China
- 3  Reino Unido
- 4  Alemania
- 5  Emiratos Árabes Unidos
- 6  Francia
- 7  Singapur
- 8  Japón
- 9  Australia
- 10  Corea del Sur

# Ranking general

★ = Líder de la categoría ● = Dentro de los primeros 10 puestos ○ = Entre los puestos 10 y 15

Países	Arte/ Cultura	Playas	Negocios	Convenciones	Familias	Historia	Mejora mayor	Vida nocturna	Naturaleza	En ascenso
Alemania	●		●	○		○		○	●	
Australia		●	●	●	●		●	●	★	●
Austria	●								●	
Bahamas		★		●	●				●	
Brasil			○					●		●
Canadá				○	●				●	●
China	●		●	●		●	★	○		★
Corea del Sur			●	○			●	●		○
Croacia							○			●
Cuba							○			●
Egipto	●	●				●			●	
Emiratos Árabes Unidos			●	●			●			●
España	●	●			●	○		●		
Estados Unidos	○	●	★	★	★		●	★	●	
Fiji		●		○	○				○	
Francia	●		●	●	●	●		●		
Grecia	●	●			●	●		○		
India	●		○	○	○	●	○			●
Israel						●				
Italia	★		○	○	●	★	●	●	○	
Jamaica		●						○		
Japón	○		●	●	○	○				
Kenia									●	
Líbano								●		
Maldivas		●			○		○		○	
México		○	○		○	●			○	
Reino Unido	●		●	●	●	●		●	○	
República Checa							●			○
República Dominicana	○									●
Singapur			●	●						
Sudáfrica		○					●		●	○
Suiza									●	
Tailandia		●	○	●	●		●	●		●
Turquía	○					●				
Vietnam							●			●

# Los líderes de las categorías en resumen



**Italia**

**Población:** 58.103.033

**PBI\*:** 1.609.000

**Superficie:** 301.323 km<sup>2</sup>

**Aeropuertos:** 134

Presupuesto nacional para turismo en 2004: 3,7%

Crecimiento de dicho presupuesto desde 2003: 3,9%

PBI de la industria del turismo en 2004 (como % del PBI total): 4,9%

Dicen los expertos:

**“Italia es fuerte, pero aún hay lugar para mejorar.”**



**China**

**Población:** 1.306.313.812

**PBI\*:** 7.262.000

**Superficie:** 9.572.900 km<sup>2</sup>

**Aeropuertos:** 472

Presupuesto nacional para turismo en 2004: 3,8%

Crecimiento de dicho presupuesto desde 2003: 13,5%

PBI de la industria del turismo en 2004 (como % del PBI total): 2,5%

Dicen los expertos:

**“¡Atención! Un gigante asoma.”**



**EE.UU.**

**Población:** 295.734.134

**PBI\*:** 11.750.000

**Superficie:** 9.363.364 km<sup>2</sup>

**Aeropuertos:** 14.857

Presupuesto nacional para turismo en 2004: 5,1%

Crecimiento de dicho presupuesto desde 2003: 7,3%

PBI de la industria del turismo en 2004 (como % del PBI total): 4,1%

Dicen los expertos:

**“EE.UU. es amado y odiado. Con ciudades fabulosas, no es querida su arrogancia.”**



**Australia**

**Población:** 20.090.437

**PBI\*:** 611.700

**Superficie:** 7.682.300 km<sup>2</sup>

**Aeropuertos:** 448

Presupuesto nacional para turismo en 2004: 3,9%

Crecimiento de dicho presupuesto desde 2003: 6,2%

PBI de la industria del turismo en 2004 (como % del PBI total): 5,5%

Dicen los expertos:

**“Australia es la única supermarca país de hoy.”**



**Bahamas**

**Población:** 301.790

**PBI\*:** 5.295

**Superficie:** 13.939 km<sup>2</sup>

**Aeropuertos:** 63

Presupuesto nacional para turismo en 2004: 13,8%

Crecimiento de dicho presupuesto desde 2003: 9,3%

PBI de la industria del turismo en 2004 (como % del PBI total): 18,6%

Dicen los expertos:

**“Las Bahamas funcionan. Ellos conocen su marca.”**

\* PBI en millones de dólares estadounidenses. Fuentes: World Travel and Tourism Council, 2005; opiniones de expertos globales