

# LA FUERTE "MARCA NACIONAL" DE ALEMANIA APOYA AL SECTOR TURÍSTICO



La pandemia de Covid-19 está teniendo un efecto masivo en la industria del turismo en todo el mundo, pero muchos países se están recuperando lentamente y acercándose a los niveles anteriores a la crisis.

Uno de estos países es Alemania, cuyo sector turístico ha vuelto a registrar un importante aumento de la demanda internacional. Esto se corresponde directamente con los estudios más recientes sobre la "marca país" de Alemania.

## Los datos del turismo aumentan

Casi un tercio (30,78%) de las reservas en los hoteles alemanes de este mes procedían de huéspedes extranjeros, la proporción más alta desde el comienzo de la pandemia.

Este dato se basa en el Índice Mundial de Hoteles de SiteMinder, extraído de la plataforma de comercio hotelero abierto de la empresa, utilizada por 32.000 hoteles y conectada a más de 400 canales de reserva hotelera en todo el mundo.

En general, las reservas hoteleras en Alemania representan actualmente el 79,37 % de las cifras de 2019, por encima del 73,79 % que se registró el 10 de marzo de 2020, el día antes de que se declarara la pandemia. Con esta cifra, Alemania también se sitúa por encima de la media mundial, que actualmente representa el 77,56 % del volumen de reservas en 2019.

## La impresionante imagen nacional de Alemania

Al mismo tiempo, la empresa líder mundial en estudios de mercado, Ipsos, ha anunciado que Alemania vuelve a ocupar el primer puesto en el renombrado índice Nation Brands Index (NBI) de Anholt-Ipsos.

Canadá (70,64 puntos) y Japón (70,52 puntos) le siguen en segundo y tercer lugar. La principal fortaleza de Canadá radicó en la gobernanza, la gente, la inmigración y la inversión, donde el país se clasificó en primer lugar. Japón, por su parte, alcanzó el top 3 por primera vez desde 2018, registrando percepciones positivas en exportación, turismo y cultura.

La "marca país" de Alemania ha estado siempre en el top 3 del NBI desde 2008 y en el primer puesto por séptima vez este año, igualando así el récord de Estados Unidos.

En la clasificación general de la NBI 2021, Alemania recibió 71,06 puntos, 1,94 más que el año pasado y, al mismo tiempo, la mayor puntuación media medida en la historia de la NBI.

## Rendimiento del turismo fino

Alemania se sitúa entre los 10 primeros en cinco de los seis subíndices que componen el NBI: exportaciones, gobierno, cultura, turismo e inmigración/inversión.

En el segmento de turismo, los participantes en la encuesta valoran a Alemania con 73,24 puntos, 2,65 puntos más que en 2020, lo que supone un 10mo puesto en la clasificación global. Las subcategorías "Edificios históricos" y "Ciudades vivas" gozan de una especial valoración, ambas en el 7mo puesto.

Según los expertos alemanes, estos informes demuestran la relación directa entre la excelente reputación de Alemania, la creciente disposición a viajar y una estrategia de recuperación exitosa para reanudar el turismo receptivo.

Date: 2021-10-25

Article link:

<https://www.tourism-review.es/efecto-marca-pais-el-sector-turistico-aleman-se-recupera-news12237>