



*Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale*



ECUADOR

Rapporto Congiunto
Ambasciate/Consolati/ENIT 2017



INDICE

1. Analisi del quadro socio-economico

- 1.a Principali indicatori economici
- 1.b Principali indicatori sociali e demografici

2. Analisi del mercato turistico

- 2.a Analisi del turismo outgoing
- 2.b Composizione target
- 2.c Analisi SWOT della destinazione Italia
- 2.d Analisi della domanda organizzata
- 2.e Collegamenti aerei
- 2.f Brand Italia e analisi dei competitors
- 2.g Nuove tecnologie e turismo

3. Le linee strategiche

Bibliografia

Contatti

1. Analisi del quadro socio-economico

L'Ecuador è il più piccolo Paese della Regione Andina. Il Paese si caratterizza per la sua grande diversità biologica, geografica ed etnica.

L'economia dell'Ecuador è fortemente dipendente dalle entrate petrolifere; a partire dal 2014 con la caduta del prezzo del petrolio, il Governo ha difficoltà nel portare avanti il modello di un'economia centralizzata, caratterizzata da un'alta spesa sociale ed investimenti pubblici, attuata a partire dal 2007.

Il Governo sta pertanto cercando di diversificare l'economia attraverso la promozione di settori non tradizionali come il minerario e lo sviluppo di nuove industrie, quali l'acquacultura e il manifatturiero, stimolando investimenti da parte del settore privato nazionale ed internazionale. La crisi economica che sta attraversando il Paese ha portato ad un aumento della disoccupazione, principalmente nel settore delle costruzioni ed automobilistico, alla perdita del potere di acquisto delle famiglie e, in generale, a minori consumi a causa del clima di incertezza economica che prevale nel Paese.

1.a Principali indicatori economici

In dollari	2014	2015	2016	2017
PIL (mld \$)	100,9	100,9	102,0	103,9
PIL pro-capite (PPP)	11.862	11.859	11.579	11.624
Crescita del PIL reale (var %)	3,7	0,3	-2,8	-0,1
Consumi privati (var %)	3,5	0,2	-2,2	-0,9
Debito pubblico % del PIL	27,7	30,5	35,9	36,9
Investimenti diretti stranieri (mln \$)	773	1.200	2.200	800
Bilancia commerciale (mln \$)	-64	-1.648	-1.202	-348
Rating OECD sul rischio Paese	7	7	7	-
Disoccupazione (var %)	4,3	4,3	5,5	5,6

Fonti: Economist Intelligence Unit (2014-2015 dati effettivi, 2016-2017 stime EIU)

1.b Principali indicatori sociali e demografici

(Anno 2015)	
Popolazione (in milioni)	15,9 milioni
Lingua ufficiale	Spagnolo
Religione	Cattolica 74%, Evangelica 10,4, altre
Struttura demografica (quota %)	0-14 anni: 28 %... 15-64 anni: 64 % ... over 65 anni: 7 %
Età media	26,7
Tasso di crescita della popolazione (in %)	1,3%
Rapporto maschi/femmine	0,99 maschi/femmine

Fonti: The World factbook CIA

2. Analisi del mercato turistico

2.a Analisi del turismo outgoing

Nel 2014, (ultimi dati disponibili del Ministero del Turismo dell'Ecuador) il Paese ha registrato 1.557.006 arrivi e 1.278.481 uscite per motivo di turismo (+12,4% rispetto al 2013). Le principali destinazioni del turismo ecuatoriano sono gli Stati Uniti (38%), il Perù (18%) e Spagna (8%). L'Italia ha ricevuto 23.362 turisti pari al 1,8% del totale.

Le principali destinazioni turistiche in Italia sono le città con una maggiore presenza di emigrati ecuatoriani, come Genova, Milano e Roma. L'Italia, per l'alto costo del biglietto aereo e della vita in generale rimane una destinazione poco attraente per il turista /visitatore ecuatoriano.

2.b Composizione target

TARGET		QUOTA %
1	Coppie senza figli	30... %
2	Famiglie con bambini	15 %
3	Giovani/studenti	5 %
4	Seniors	10... %
5	Singles	20... %
6	Uomini d'affari/professionisti	20 %
7	Altro	... %
TOTALE		100%

Segmento socio-economico di appartenenza	Funzionari/dipendenti pubblici e professionisti
Livello culturale	Medio-alto
Fascia di età	20-59 anni
Propensione al viaggio	media
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Turismo, visita familiare, affari, eventi e studio
Mezzi di trasporto preferiti (auto, pullman, aereo, treno, ecc., con relative quote %)	Aereo 82,6%, nave 0,6%
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Arte, religione, istruzione
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Contiguità linguistica, visite a parenti e amici
Tipo di alloggio preferito	Interesse emergente per agriturismo e B&B
Mesi preferiti per i viaggi	Periodo di festività scolastiche e religiose. Il Paese segue il calendario scolastico australe sulla costa e boreale all'interno con periodi di vacanza distribuiti su tutto l'anno
Fonti di informazione privilegiate (cataloghi, siti web, stampa specializzata, ecc.)	Agenzie di viaggio, internet
Canali d'acquisto utilizzati (Agenzie di viaggio, Tour Operators, Internet, ecc.)	Agenzie di viaggio, internet
Altro...	

2.c Analisi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) della destinazione Italia

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> - Patrimonio artistico culturale - Luoghi di culto - Prodotti enogastronomici - Forte presenza di emigrati ecuadoriani 	<ul style="list-style-type: none"> - Costo elevato biglietto aereo e della permanenza in Italia - Mancanza di collegamento aereo diretto (e' stato finalizzato il negoziato per accordo sui servizi aerei che consentirà collegamenti aerei diretti Italia-Ecuador)
Opportunità	Rischi/Difficoltà Potenziali
<ul style="list-style-type: none"> - Intensificazione delle attività promozionali del nostro Paese in Ecuador - Creazione di un volo diretto ed economico per l'Italia - Promozione di mete alternative di carattere 	<ul style="list-style-type: none"> - Visto per l'ingresso in Italia - Mancanza di un volo diretto - Offerta turistica poco competitiva rispetto agli altri mercati turistici europei



*Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale*



<p>artistico-culturale -Promozione di borse di studio e percorsi formativi a basso costo</p>	
--	--

2.d Analisi della domanda organizzata

Non ci sono T.O specializzati nella vendita della destinazione Italia. SKYAIR è rappresentante in loco per la vendita di biglietti aerei della compagnia Alitalia, ma offre solo tour in Ecuador.

2.e Collegamenti aerei

I turisti che scelgono l'Italia come meta utilizzano al 100% l'aereo; non essendoci voli diretti tra Italia ed Ecuador, le rotte maggiormente utilizzate sono via USA, Spagna, Olanda e Germania.

2.f Brand Italia e analisi dei competitors

n.d.

2.g Nuove tecnologie e turismo

L'uso delle tecnologie (smart phone, internet, social network etc) per informazioni o l'acquisto di biglietti aerei o pacchetti turistici sono molto diffusi nel Paese ed in costante aumento.

3. Le linee strategiche

PRODOTTI E AREE DI INTERVENTO	STRATEGIA E STRUMENTI
Prodotti turistici tradizionali - mantenimento/consolidamento competitività	Mantenere alte laqualità dei nostri prodotti e consolidarne la competitività nei confronti di Paesi concorrenti come ad es. la Spagna
Prodotti turistici di nicchia	Promuovere nuovi prodotti adatti al mercato ecuadoriano di nicchia come ad.es. un programma di visite enogastronomiche, o un tour in bicicletta in una specifica regione/zona, etc.
Destagionalizzazione	Non interessa questo mercato
Promozione dell'Italia minore	Proporre pacchetti specifici legati sia al turismo religioso che storico/culturale ma anche enogastronomico.
Promozione delle Regioni dell'Italia del Sud	Programmare pacchetti specifici per l'offerta di ogni Regione a prezzi contenuti
Attrazione di nuovi bacini di formazione del flusso turistico	Facilitare l'ingresso in Italia e la permanenza di quei professionisti/uomini d'affari che vanno in Italia in visita d'affari ma si fanno accompagnare dalla famiglia per prolungare la visita per motivi turistici.



*Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale*



Bibliografia

Ministero del Turismo dell'Ecuador www.turismo.gob.ec

Economist Intelligence Unit www.eiu.com

The CIA World Factbook <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ec.html>

Contatti

Ufficio ENIT non presente in Ecuador

Ambasciata d'Italia in Quito

Calle Isla n. 26-25 y Humberto Albornoz

P.O. Box 17.03.72

Tel +593 2 3211322 / 2561074 / 3210565

e-mail: archivio.quito@esteri.it

Web: www.ambquito.esteri.it