**El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas para: : Corredores Eco-turísticos del Sur de Sonora (CESS).**

Presentación

La iniciativa de corredores eco turísticos del sur de Sonora (CESS) desarrolla proyectos con enfoque sustentable (económico, social y ambiental).

La finalidad de este reporte es presentar los aspectos a considerar con respecto a la teoría de las cinco fuerzas competitivas y la aplicación de las mismas en el análisis del sector de los proyectos de esta iniciativa.

*Teoría de las cinco fuerzas*

En esta apartado se analizaran cinco aspectos para presentar la situación de la iniciativa y los proyectos en su entorno económico y social, los cuales se enfocan en: competidores potenciales, competidores existentes, sustitutos, clientes y proveedores.

***Amenaza de entrada de competidores potenciales.***

Programas de la secretaria de Turismo en el mar de cortes y zonas fronterizas, como lo son “Programa mar de cortés y barracas de cobre” y “Programa México-Norte”, respectivamente. Su propósito general es crear redes de Turismo entre las diferentes zonas fronterizas y municipios colindantes con el mar de cortes, promoviendo principalmente:

   Turismo cinegético

      Pesca deportiva

      Turismo de salud

      Turismo de aventura

      Congresos, convenciones y exposiciones

      Turismo náutico

      Playas

      Turismo de negocios

******

***Competidores existentes.***

Lugares con las características naturales que actualmente llevan a cabo el ecoturismo en la región sur de Sonora son: La Aduana, Yavaros, Moroncarit, Cocorit, Hornos y Buenavista, asi como la comunicada de Álamos.

Por otro lado el destino de preferencia en el estado son las playas y las zonas fronterizas, como se muestra en la siguiente tabla:



***Productos sustitutos como amenaza.***

Se identificaron como productos sustitutos otras vertientes del turismo como lo son: “Turismo de sol y playa” y “Turismo de diversión”, debido a que la mayor parte de los turistas (59%) que visitan nuestro estado lo hacen por buscando “placer”, por lo que las playas y lugares que ofrecen grandes comodidades son los más solicitados.



***Poder de negociación de los clientes.***

Sonora cuenta con gran afluencia de turistas norteamericanos, recibiendo principalmente a estadounidenses del estado de Arizona, y solo 1% de los turistas que recibimos anualmente es de otro país suramericano, europeo o asiático.



Los turistas nacionales deben sus visitas a nuestro estado principalmente por negocios, siendo Hermosillo la ciudad más visitada:



Los turistas extranjeros se enfocan mas al “turismo de playa y sol”:



***Poder de negociación de los proveedores.***

Dueños de los ranchos y predios: lugares donde se desarrollan los paseos actuales, realizando “Turismo de naturaleza”.

Un aspecto que podría darle poder a los proveedores de estos servicios, es la baja disposición a crecer debido a las dificultades que se prestarían al organizarse como prestadores de servicios de ecoturismo formalmente establecidos.

***Ventaja Competitiva***

En el aspecto se costos para adaptar los lugares se tiene la apertura a diferentes financiamientos por parte de del gobierno e instituciones financieras como lo son: FODETUR, Programa de Desarrollo Institucional Ambiental (SEMARNAT), SAGARPA, CONAFOR,etc.

En el enfoque de diferenciación, este se da al encontrarse respaldada por una institución educativa como lo es ITSON.

*Conclusiones y Recomendaciones*