



**XII CONFERENCIA INTERNACIONAL DE CIENCIAS EMPRESARIALES
(CICE 2019)**

**IX TALLER INTERNACIONAL DE HOTELERÍA Y TURISMO
(HOTELTUR 2019)**

**Benchmarking del turismo de compras en América Latina. Retos y
oportunidades para La Habana**

**Shopping tourism benchmarking in Latin America. Challenges and
opportunities for Havana.**

Danay Milagros Bulnes Mann¹, Mario Enrique Zayas Leal²

Resumen

La modalidad de Turismo de Compras se ha venido desarrollando vertiginosamente a nivel mundial. Atendiendo a estas tendencias, a la diversificación de la oferta turística, y a la captación de nuevos segmentos de turistas en Cuba, la presente investigación tiene como objetivo identificar los retos y oportunidades del destino La Habana para el desarrollo de dicha modalidad, a partir de las mejores prácticas de América Latina. Para dar cumplimiento a este objetivo, se llevó a cabo un benchmarking entre varios destinos de compras en América Latina y La Habana, como premisa para la identificación de mejores prácticas. Como base científica a la investigación se emplearon métodos empíricos, teóricos y estadísticos, tales como la entrevista, la observación no participativa, el análisis documental y el análisis comparativo, dando como resultado del trabajo la conceptualización de la modalidad, la caracterización de la actividad comercial de La Habana y de los cinco destinos de referencia y a partir de la comparación y selección de las mejores prácticas, así como la identificación de los principales retos y oportunidades para el desarrollo de la modalidad en La Habana.

¹ MSc. Facultad de Turismo. Universidad de La Habana, Cuba. danay_bulnes@ftur.uh.cu; danaybulnes@gmail.com

² Lic. Dirección Nacional de Gaviota, Cuba.



**II Convención Científica Internacional 2019
CIENCIA Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL PARA EL
DESARROLLO SOSTENIBLE
Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas**



Palabras claves: Turismo de compras; Benchmarking; Mejores prácticas; Retos y oportunidades.

Abstract

The Shopping Tourism niche has been developing vertiginously worldwide. In response to these trends, the diversification of the tourist offer, and the attraction of new segments of tourists in Cuba, the present investigation aims to identify the challenges and opportunities of the Havana destination for the development of this niche, based on the best practices in Latin America. In order to fulfill this objective, a benchmarking was carried out between several shopping destinations in Latin America and Havana, as a premise for the identification of best practices. As a scientific basis for the research, empirical, theoretical and statistical methods were used, such as interviewing, non-participative observation, documentary analysis and comparative analysis, giving as a result of the work the conceptualization of the niche, the characterization of the commercial activity of Havana and the five destinations of reference and from the comparison and selection of best practices, as well as the identification of the main challenges and opportunities for the development of the niche in Havana.

Keywords: *Shopping tourism, Benchmarking, Best practices, Challenges and opportunities.*

Eje Temático: Turismo y desarrollo