**La dualidad destino turístico y territorio. Un potencial para el desarrollo local en los pueblos de interés turísticos cubano.**

Martha Omara Robert Beatón1[omara.robert73@gmail.com](mailto:omara.robert73@gmail.com) Maite Echarri Chávez1**,** Javier Ernesto Gamboa Robert2**,** Mónica López Torres1

1Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

2 Facultad de Economía, Universidad de La Habana.

**Resumen**

El desarrollo local, precisa de modelos que apuesten por una gobernanza que logre integrar el espacio territorial y el destino turístico, a fin de que se potencie lo endógenos y se transforme la especificidad local en ventajas competitivas, reconociendo que el territorio no es solo un soporte, sino que es el atractivo y que la sostenibilidad del turismo depende del mismo. La investigación tiene como objetivo proponer lineamientos para la puesta en valor de los recursos históricos-culturales-naturales y su promoción a través del marketing digital. Con tal propósito se emplearon métodos teóricos y empíricos: el inventario de recursos, la matriz DAFO, análisis estadístico relacionado al empleo de las redes sociales en Cuba y el mundo, un benchmarking a tres pueblos de interés turístico. Los resultados del estudio revelaron que existe un elevado potencial turístico en territorios del occidente del país, tomando como caso de estudio (Madruga y San Miguel de los Baños), no solo asociado con el turismo de salud y bienestar, sino que existe atractivos que facilitan combinar la oferta; se realiza una propuesta de lineamientos, intencionadas hacia dos líneas de acción, una dirigidas a la puesta en valor de los recursos naturales e históricos culturales y otra en aprovechar las ventajas del marketing digital para la promoción del territorio. Estos lineamientos constituyen la base para implementar un modelo de desarrollo alternativo, para el rescate y posicionamiento de estos territorios como pueblo de interés turístico.

**Palabras clave:** desarrollo local, Madruga, San Miguel de los Baños, pueblo de interés turístico, turismo de salud y bienestar, marketing digital.