

Plan Wallata 2016-2021

4. Articulación comercial y promoción turística:	OE2: Consolidar la articulación comercial local enfocada en la demanda.					Presupuesto				
	OE4: Promover la articulación e integración de esfuerzos públicos y privados adoptando modelos innovadores de gestión integral basados en el entendimiento mutuo y la comunicación.									
PLANES DE ACCIÓN GENERALES Y ESPECÍFICOS	Meta	Indicador	Responsable general y coordinación	CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN						
				2016	2017	2018	2019	2020	2021	
PAG: 4.1. Desarrollo de una cultura turística en la población anfitriona										
PAE 4.1.1. Sensibilización en temas de patrimonio cultural, material e inmaterial y conservación	Meta: 1 curso de capacitación cada año de implementación	Indicador: # Cursos de capacitación	MDO		x	x	x	x	x	S/.18,000.00
PAE 4.1.2. Formación en Cultura Turística a docentes de I.E		Indicador: # Cursos de capacitación	MINCETUR/MDO		x	x	x	x	x	S/.150,000.00

Plan Wallata 2016-2021

PAE 4.1.3. Conformación de Brigadas de Turismo y Ambiente en las 4 I.E	Meta: 1 brigada de turismo y ambiente al 1er año de implementación	Indicador: # brigadas implementadas	MDO		x						S/.2,000.00
PAE 4.1.4. Participación de las Brigadas de Turismo en fechas festivas de turismo, brindado información a visitantes y concientizando a población local	Meta: 3 acciones o eventos de concientización con la población local por año de implementación.	Indicador: # de actividades implementadas por la brigada	MDO		x	x	x	x	x		S/.12,500.00
PAE 4.1.5. Pasacalles conmemorando fechas festivas del distrito y del turismo			MDO		x	x	x	x	x		S/.7,500.00
PAE 4.1.6. Realización de eventos deportivos al aire libre, vinculándolas al turismo			MDO		x	x	x	x	x		S/.75,000.00
PAG 4.2. Información y orientación al turista											
PAE 4.2.1. Reubicación del servicio de información turística a un área visible (terminal propuesto de vehículos y/o parque principal)	Meta: 1 oficina de información turística implementada en un área visible al 1er año de implementación	Indicador: # de visitantes que atiende la oficina al año	MDO		x						S/.20,000.00
PAG: 4.3. Desarrollo de estrategia y pauta digital específica para el destino											

Plan Wallata 2016-2021

PAE 4.3.1. Creación de contenidos con los principales valores de venta	Meta: 2 contenidos desarrollados por año de implementación	Indicador: # de visitantes al sitio web	MDO	x	x				S/.6,000.00
PAE 4.3.2. Contar con una web turística del destino Ollantaytambo, con inversión en SEO, SEM	Meta: 1 Web turística con inversión de SEO y SEM al 1er año de implementación		MDO	x	x				S/.14,625.00
PAE. 4.3.3. Estrategia comercial online para emprendimientos de Turismo Rural Comunitario	Meta: 1 Estrategia al 2do año de implementación	Indicador: # emprendimientos con sitios web implementados	MDO		x	x			S/.19,800.00
PAG: 4.4. Desarrollo de herramientas multimedia									
PAE 4.4.1. Banco de imágenes	Meta: 1 banco de imágenes al 1er año de implementación	Indicador: # de piezas de materiales generadas con el banco de imágenes	MINCETUR	x					S/.30,000.00
PAE 4.4.2. Videos cortos por segmento de turista	Meta: 1 video por segmento de turista identificados	Indicador: # de videos colgados en medios de comunicación	MDO	x	x				S/.36,000.00
PAE 4.4.3. Video representativo del destino de 5 minutos	Meta: 5 videos representativos al final del 5to año de implementación	Indicador: Video realizado	MDO	x	x				S/.36,000.00
PAG: 4.5. Uso y gestión de marca									

Plan Wallata 2016-2021

PAE 4.5.1. Afinamiento y mejora en usos de marca	Meta: 1 marca afinando al final del 2do año de implementación	Indicador: Marca alineada	MDO		x	x				S/.17,320.00
PAE 4.5.2. Propuesta de plan de posicionamiento de marca: insumos, inversión, pautas	Meta: 1 marca posicionada al final del 5to año de implementación	Indicador: Plan aprobado	MDO		x	x	x	x	x	S/.17,320.00
PAE 4.5.3. Socialización y apropiación de la marca Ollantaytambo	Meta: 1 taller por grupo de interés de la marca ollantaytambo por año de implementación	Indicador: Lista de participantes en el evento de socialización	MDO		x	x	x	x	x	S/.17,320.00
PAE 4.5.4. Propuestas de marketing interno con la marca del destino	Meta: 1 propuesta de marca del destino al primer año de implementación	Indicador: Propuesta aprobada	MDO		x					S/.17,320.00
PAE 4.5.5. Preparación de dossier y merchandising con la marca del destino	Meta: 1 dossier y merchandising diseñado para el 1er año de implementación	Indicador: Dossier y merchandising implementado	MDO/TL		x					S/.17,320.00
PAG: 4.6. Aplicación de estrategia de medios										

Plan Wallata 2016-2021

PAE 4.6.1. Desarrollo de prestour por segmento nacional e internacional	Meta: 1 prestour por segmento por año de implementación	Indicador: # medio nacionales e internacionales asistentes al prestour	MINCETUR			x	x	x	x	S/.250,000.00
PAE 4.6.2. Publicidad en medios estratégicos	Meta: 1 publicidad por año de implementación	Indicador: # de spot publicitarios en medios y su impacto	MDO			x	x	x	x	S/.100,000.00
PAE 4.6.3. Alianzas con empresas amigas: Inca Rail, Perú Rail, cadena de hoteles, prensa extranjera en el rubro turismo, naturaleza, cultura	Meta: 1 alianza por socio estratégico por año de implementación	Indicador: # de alianzas	MDO	x	x	x	x	x	x	S/.50,000.00
PAE 4.6.4. Identificar pasajeros frecuentes reconocidos (intelectuales, escritores, prensa, deportistas, farándula) al Valle, permitiendo ejecución de testimonios digitales	Meta: 1 testimonio recopilado por año de implementación	Indicador: # testimonios publicados en web	MDO			x	x	x	x	S/.40,000.00
PAE. 4.6.5. Participación en ferias	Meta: 1 feria cada año de implementación	Indicador: # de ferias asistidas	MINCETUR/PROMPERU			x	x	x	x	S/.150,000.00
PAE. 4.6.6. Fam Trip Anual	Meta: 1 fam trip cada año de implementación	Indicador: # de agencias participantes en el fam trip	MINCETUR/PROMPERU			x	x	x	x	S/.150,000.00
PAG. 4.7. Promoción del Destino Ollantaytambo										
PAE 4.7.1. Incorporación de Ollantaytambo en el Plan Anual de Promoción Turística de Promperú	Meta: Ollantaytambo incorporado al	Indicador: # de acciones de promoción	MINCETUR/PROMPERU		x	x	x	x	x	S/.1,000.00

Plan Wallata 2016-2021

	plan anual de promoción de Promperú	ejecutadas por Promperú para Ollantaytambo							
PAG. 4.8. Implementación del Programa de Turismo Social									
PAE 4.8.1. Desarrollo de circuitos turísticos para población estudiantil	Meta: 3 circuitos para el 2do año de implementación	Indicador: # de estudiantes que han visitado el circuito estudiantil	<u>MINCETUR/MDO/TurismoCuida</u>			x			S/.15,000.00