

## PLAN DE MANEJO LÍNEAS Y GEOGLIFOS DE NASCA Y PAMPAS DE JUMANA

Convenio Ministerio de Cultura/Plan COPESCO Nacional

Contrato Ministerio de Cultura/UNESCO

# ANEXO N° 02

# PLAN DE USO PÚBLICO

# 2012

# INDICE

## CAPITULO I. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

- 1.1 ATRACTIVOS Y RECURSOS INVENTARIADOS EN EL ÁMBITO DEL PLAN DE MANEJO  
*En Palpa*
- 1.2 JERARQUIZACIÓN DE LOS RECURSOS Y ATRACTIVOS
- 1.3 POTENCIAL DE ASOCIACIÓN
- 1.4 SERVICIOS DE ALOJAMIENTO
- 1.5 OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS
- 1.6 OFERTA ORGANIZADA
- 1.7 OFERTA POR INTERNET

## CAPITULO II. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

- 2.1 FLUJO TURÍSTICO A NASCA
  - 2.1.1 *Flujo Turístico Total*
  - 2.1.2 *Flujo Turístico Internacional*
  - 2.1.3 *Flujo Turístico Nacional*
- 2.2 PERMANENCIA PROMEDIO DE LOS VISITANTES EN NASCA
- 2.3 FLUJO TURÍSTICO A PALPA
- 2.4 VISITAS AL MIRADOR DE LAS LÍNEAS DE NASCA
- 2.5 SOBREVUELOS A LAS LÍNEAS DE NASCA
- 2.6 NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE EXTRANJERO
- 2.7 PRONÓSTICO DE LA DEMANDA TURÍSTICA INTERNACIONAL

## CAPITULO III. SITUACIÓN ACTUAL DEL USO PÚBLICO EN NASCA Y PALPA

- 3.1 ANÁLISIS DE LAS INTERVENCIONES Y DETERMINACIÓN PRELIMINAR DE NECESIDADES PARA EL USO PÚBLICO

## CAPITULO IV. INICIATIVAS RELACIONADAS AL USO PÚBLICO EN EL TERRITORIO DEL PLAN DE MANEJO

- 4.1 PLAN DE ACCIÓN DE TURISMO PARA NASCA
- 4.2 OTROS GREMIOS Y ACTORES RELEVANTES
- 4.3 BOLETO TURÍSTICO NASCA - PALPA

## CAPITULO V. RESULTADOS DE TRABAJO PARTICIPATIVO Y CONSULTA PÚBLICA

- 5.1 INFORMACIÓN DE ACTORES LOCALES
  - 5.1.1 *Resultados del taller participativo*
  - 5.1.2 RESULTADOS DEL TALLER CON EL SECTOR TURISMO
- 5.2 ANÁLISIS FODA DE TURISMO
- 5.3 ENCUESTAS A TURISTAS EXTRANJEROS

## CAPITULO VI. VISIÓN DEL TURISMO. POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS DE ACCIÓN PARA EL AÑO 2020

- 6.1 POLÍTICAS
- 6.2 LINEAMIENTOS DE ACCIÓN

## CAPITULO VII. PROGRAMAS

### BIBLIOGRAFÍA

### ANEXOS

*Principales establecimientos de hospedaje categorizados en Nasca*  
*Agencias de Viajes en Nasca y Palpa registradas por el MINCETUR*  
*Restaurantes en Nasca y Palpa registrados por el MINCETUR*  
*Estadística de Turismo*

*Análisis de normatividad del Boleto Turístico Nasca - Palpa  
Encuesta a Turistas Extranjeros  
Resultados del taller con el sector turismo*

## CAPITULO I. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística, por definición, está integrada por uno o más productos turísticos en condiciones de comunicación y distribución que los haga accesibles a uno o más mercados determinados. El producto turístico, a su vez, está compuesto por uno o más atractivos turísticos debidamente asociados a servicios y facilidades que, en conjunto, pueda provocar decisión de viaje y satisfacción con la experiencia de visita.

La oferta turística de las Líneas de Nasca, en consecuencia, responde a esta misma definición y puede ser estructurada a partir de un producto territorial (o clúster), asociado principalmente, hoy, a las Islas Ballestas y a la Reserva Nacional de Paracas en el departamento de Ica. Pero igualmente puede ser organizada dentro de un producto temático dirigido a grupos de interés especial.

### 1.1 ATRACTIVOS Y RECURSOS INVENTARIADOS EN EL ÁMBITO DEL PLAN DE MANEJO.

A continuación, se presenta un resumen de los principales recursos y atractivos que se encuentran en el ámbito del Plan de Manejo.

#### En Nasca

- **Iglesia San José**  
Ubicada en el distrito de El Ingenio, es parte de un complejo arquitectónico integrado además por la casa-hacienda jesuita y una plazoleta. Tiene una fachada barroca con mascarones negroides de lenguas extensas, flanqueada por dos gruesos campanarios. Interior de una sola nave. Su estado de conservación es muy malo: su bóveda está colapsada y partes de la fachada corren riesgo de desprendimiento.
- **Casa Museo María Reiche**  
Ubicada en el distrito de El Ingenio, es la casa que habitó María Reiche durante sus investigaciones, ahora convertida en museo. Se encuentra muy cerca de las figuras de El Círculo, El Árbol, La Araña y Las Manos. Forma parte del circuito de observación desde el Mirador de las Líneas.
- **Líneas de Nasca**  
Ubicadas junto a las Pampas de Jumana, estos geoglifos, más conocidos como "líneas" tienen dos características marcadas: el gran tamaño de muchos de sus diseños y la poca profundidad del trazo, que varía entre los 15 y 30 cm. Se han reportado hasta la actualidad más de treinta geoglifos con formas de animales marinos y terrestres, así como figuras geométricas y humanas. Entre los de mayor tamaño se encuentran un ave de casi 300 m, un lagarto de 180 m, un pelícano de 135 m, un cóndor de 135 m, un mono de 135 m y una araña de 42 metros. Además de ellos se encuentran: una ballena, un perro con patas y cola largas, dos llamas, diversas aves como la garza, la grulla, el pelícano, la gaviota, el famoso colibrí y el loro. En la categoría de reptiles, un lagarto, que fue cortado al construirse la carretera Panamericana Sur, una iguana y una serpiente. Por otro lado se encuentran las imponentes figuras del mono, la araña y el caracol, entre otros. Las líneas y geoglifos de Nasca fueron declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1994. Existe una torre-mirador desde el que

pueden reconocerse El Árbol, Las Manos y los restos de El Lagarto. La mayoría de estos geoglifos pueden apreciarse mediante sobrevuelos en avioneta.

- **Sitio arqueológico La Estaquería**

Ubicado en el distrito de Nasca, es un conjunto arqueológico de estacas de huarango (se estima que fueron 240). Aunque su función es objeto de discusión, se piensa que la más probable fuera la de centro ceremonial asociado a Cahuachi, que se encuentra a sólo 4 Km. de distancia. Está en mal estado de conservación. Muchas estacas han desaparecido. No se ha puesto en valor y no existe interpretación.

- **Complejo arqueológico de Cahuachi**

Ubicado en el distrito de Nasca, es un complejo arqueológico Nasca compuesto por 36 pirámides truncas en adobe distribuidas en un espacio de 24 Km<sup>2</sup>. Es el conjunto de arquitectura pública más extenso de América. Existe, a 500 m. de la Plaza de Armas de Nasca, un pequeño museo donde se exponen algunos restos hallados en Cahuachi.

La puesta en valor es limitada y hay ausencia de señalización e interpretación.

- **Dunas y bosques de huarango de Usaka**

Ubicados en el distrito de Nasca, son un conjunto paisajístico típico del desierto integrado por dunas de arena y bosques de huarango. La mayor de las dunas es uno de los escenarios preferenciales para la práctica del sandboard en el Perú.

Aunque está a sólo 10 Km. de Cahuachi, su eventual integración turística al complejo arqueológico sólo es de carácter territorial pero no de carácter temático. Hace falta señalar la ruta de acceso al atractivo.

- **Restos fósiles de Huaricanga**

Ubicados en el distrito de Nasca a 15 minutos de la desviación hacia San Fernando, son una acumulación natural de restos paleontológicos de mamíferos, sin registro de investigación o estudio. Se encuentran en buen estado de conservación pero sin protección alguna.

- **Pueblo Viejo**

Ubicado en el distrito de Nasca, es un sitio arqueológico habitacional asociado a una pequeña pirámide y algunos geoglifos. Probablemente fue un espacio de vivienda vinculado a Cahuachi. Su estado de conservación es apenas regular y es parte de la ruta a Cahuachi, junto con La Estaquería y los Acueductos de Ocongalla, que podrían constituir una asociación temática Nasca de alta calidad en la medida de su puesta en uso público sostenible.

- **Acueducto de Ocongalla**

Ubicado en el distrito de Nasca, es un acueducto a tajo abierto en muy buen estado de conservación, que aún es utilizado por la población local. Se requiere una política de control del uso actual de las pozas por parte de la población local así como una propuesta de interpretación integrada a Cahuachi, La Estaquería y Pueblo Viejo.

- **Planetario María Reiche**

Ubicado en el distrito de Nasca, dentro del Hotel Nasca Lines, es un museo y centro de observación arqueo-astronómica a cielo abierto, donde se imparte educación de observación directa, fotográfica y digital de los cuerpos astrales. En

este lugar se difunde la visión de María Reiche sobre la relación de las Líneas de Nasca y algunos eventos gastronómicos.

- **Sitio inca Los Paredones**

Ubicado en el distrito de Nasca, en las faldas del Cerro Los Altos, es un Centro Administrativo Inca de la época de Pachacútec. El sitio presenta siete sectores, entre los que destacan los sectores IV, V y VII por su buen estado de conservación.

Es la única construcción en la costa sur del Perú que presenta piedras talladas en su construcción y preserva su carácter monumental aunque requiere una fuerte inversión para su puesta en valor. Es necesario desarrollar circuitos y su interpretación para mejorar la experiencia de visita.

- **Museo didáctico Antonini**

Ubicado en el distrito de Nasca, es un conjunto museográfico que se desarrolla en un área interior de 750 m<sup>2</sup> y un parque arqueológico abierto de 1600 m<sup>2</sup>, en el que destaca el Acueducto de Bisambra.

Se encuentra en la misma ciudad de Nasca, por lo que puede integrarse con facilidad a cualquier oferta de itinerario turístico.

- **Geoglifos de Cantalloc**

Ubicado en el distrito de Nasca, es un conjunto de geoglifos también llamado Complejo Textil, por las imágenes que representa. Los geoglifos se dividen en tres grupos: el primero desarrolla una forma trapezoidal; el segundo se conoce como Las Agujas o Los Ovillos debido a sus trazos y el tercero como El Telar que reproduce un aparente tejido. Los geoglifos pueden ser apreciados desde un mirador natural y aunque se encuentran en buen estado de conservación, carecen de protección e interpretación.

- **Acueductos de Cantalloc**

Ubicados en el distrito de Nasca, son 46 acueductos de la época Nasca, de los cuales 32 aún se encuentran en funcionamiento.

Se encuentra cerca del Geoglifo El Telar y al Centro Administrativo Los Paredones, lo que permitiría su fácil integración en un solo itinerario.

- **Duna Cerro Blanco**

Ubicada en el distrito de Vista Alegre, es una de las dunas más altas del mundo (2078 m.s.n.m.n.). Su perspectiva visual es la de un paisaje desértico con abundantes dunas de caprichosas formas, que además permite apreciar una aurora y un ocaso fascinantes, así como un cielo estrellado por las noches.

Es un escenario ideal para el camping y especialmente para el sandboard, dado que cuenta con una pendiente de más de un Km. de largo. Requiere control de acceso y protección en general.

- **Necrópolis de Chauchilla**

Ubicada en el distrito de Vista Alegre, es uno de los más grandes cementerios hallados en los valles de Nasca. Data del año 1000 d.C. y se asocia a las culturas Poroma e Inca.

Su estado actual de conservación es aceptable, aunque requiere un mayor desarrollo interpretativo.

- ***Duna Cerro La Marcha***

Ubicada en el distrito de Vista Alegre, es la segunda duna más alta de América y la de mayor calidad para la práctica del sandboard, dado su descenso extremo de 2800 m. de longitud. Sin embargo, la práctica del sandboard en este escenario está reservada a profesionales. Requiere, por tanto, de un estricto control de ingreso, que hoy no existe.

- ***Punta San Fernando***

Ubicada en el distrito de Marcona, es uno de los espacios más ricos del litoral peruano. Es ideal para el buceo, la pesca deportiva y la observación de la fauna silvestre. Allí habita una de las mayores poblaciones de lobos marinos y es parte de un corredor en que se desplazan el cóndor andino, el zorro costero y la nutria marina.

Se encuentra en buen estado de conservación aunque existe un litigio sobre la propiedad y uso del área, que debe resolverse previamente a cualquier otra decisión.

- ***Playas San Juan de Marcona***

Ubicadas en el distrito de Marcona, constituyen un conjunto de 18 playas privilegiadas por la presencia concentrada de especies marinas, en particular del lobo marino fino (entre 5 mil y 8 mil individuos) y del pingüino de Humboldt (el 50% de la población total en el Perú).

El acceso de la parte alta es muy difícil porque está compuesta por acantilados de 30 m. de altura y se encuentra en buen estado de conservación.

## **En Palpa**

- ***Líneas de Palpa***

Están ubicadas en el distrito de Palpa/Llipata y son tres conjuntos de geoglifos más antiguos que los de Nasca y Jumana: los Geoglifos de Sacramento, también llamados Reloj Solar o Tejido de Sacramento; los Geoglifos El Tumi y El Peñón y los Geoglifos de Llipata y San Ignacio, que fueron las primeras en descubrirse.

A todas ellas se puede acceder desde miradores naturales, en los dos primeros casos, o desde un mirador precariamente construido en el tercero. También pueden sobrevolarse junto con las Líneas de Nasca. El estado de conservación es regular y el Reloj Solar se encuentra en peligro de grave degradación. No cuentan con interpretación.

- ***Museo de Palpa***

Está ubicado en la Plaza de Armas de Palpa y abriga una importante muestra de la cultura Nasca, incluyendo restos hallados en La Muña, Los Molinos y Jauranga, asentamientos pre-incas que fueron los indicadores probables de los petroglifos y geoglifos de Palpa y Nasca.

Dado que se encuentra en el segundo piso de la Municipalidad y está en vecindad con una sala comunal, es necesaria una mejor organización de los espacios y contenidos del Museo.

- **Petroglifos de Chichitara**

Están ubicados en el distrito de Palpa, muy cerca de la Hacienda Chichitara, y son un conjunto de 1200 figuras zoomorfas ubicadas en estructuras rocosas a 150 m. de altura, aunque tres de ellas, denominadas Etapas de la Vida, representan figuras aparentemente humanas (un joven, un adulto y un anciano). Aunque su filiación cultural no está determinada, existen amplias similitudes con diseños y técnicas Nasca.

Los petroglifos son de difícil acceso y su estado de conservación es sólo regular. Se requiere desarrollar facilidades así como medios interpretativos.

## 1.2 JERARQUIZACIÓN DE LOS RECURSOS Y ATRACTIVOS

Tomando como referencia la jerarquización establecida por el Centro Interamericano de Capacitación en Turismo (CICATUR) de la Organización de Estados Americanos (OEA), el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (MINCETUR) ha elaborado un Proyecto de Manual de Jerarquización, con la sola modificatoria de la denominación de las jerarquías<sup>1</sup>.

Pese a que el Manual del MINCETUR aún no ha sido aprobado, para los fines del plan de uso público se utilizará la categorización propuesta.

De este modo, la tabla de categorización es la siguiente:

**Tabla N° 1. Niveles de jerarquía de los recursos turísticos**

JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN
"A"	Recursos excepcionales y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaces, por sí solos, de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
"B"	Recursos con rasgos excepcionales, capaces de motivar, por sí solo o en conjunto con otros recursos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.
"C"	Recursos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.
"D"	Recursos sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que, igualmente, forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía.

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú  
Proyecto de Manual de Jerarquización de Recursos Turísticos. 2006

<sup>1</sup> Mientras Cicatur utiliza las categorías numéricas (3, 2, 1 y 0), el Mincetur ha optado por utilizar categorías alfabéticas (A, B, C, y D) para las mismas definiciones. La modificación procura evitar el valor 0, que puede provocar alguna resistencia local en su aplicación. Otros países han optado por usar también categorías numéricas (4, 3, 2 y 1) prescindiendo del 0 con el mismo propósito. Lo cierto es que se trata de la misma tabla y metodología de jerarquización.

A partir de los criterios descritos en el documento fuente, en el presente diagnóstico se aplicó la ficha que se describe a continuación:

**Tabla N° 2. Ficha de jerarquización de recursos turísticos**

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				F-1
Nombre del Recurso Turístico:				
Región:		Categoría:		
Provincia:		Tipo:		
Distrito:				
CÓDIGO	INDICADOR	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB-TOTAL
I <sub>1</sub>	Particularidad		2	
I <sub>2</sub>	Publicaciones		0,5	
I <sub>3</sub>	Reconocimiento		1,5	
I <sub>4</sub>	Estado de conservación		1,5	
I <sub>5</sub>	Flujo de turistas		2	
I <sub>6</sub>	Representatividad		1,5	
I <sub>7</sub>	Inclusión en la visita turística		1	
<b>Total</b>				
<b>JERARQUÍA</b>				

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú  
Proyecto de Manual de Jerarquización de Recursos Turísticos. 2006

Usando esta metodología como base, se obtuvo la siguiente tabla de jerarquización de los atractivos/recursos inventariados:

**Tabla N° 3. Tabla de jerarquización de los recursos/atractivos turísticos de Nasca y Palpa**

MATRIZ DE JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS/RECURSOS TURÍSTICOS DE NASCA Y PALPA	
ATRACTIVO/RECURSO	JERARQUÍA
<b>NASCA</b>	
Iglesia San José	D
Casa Museo María Reiche	D
Líneas de Nasca	A
Sitio Arqueológico La Estaquería	D
Complejo Arqueológico de Cahuachi	C
Dunas y bosques de huarango de Usaka	D
Restos fósiles de Huaricanga	D
Pueblo Viejo	D
Acueducto de Ocongalla	D
Planetario María Reiche	D
Sitio Inca Los Paredones	D

Museo didáctico Antonini	D
Geoglifos de Cantalloc	D
Acueductos de Cantalloc	D
Duna Cerro Blanco	C
Necrópolis de Chauchilla	D
Duna Cerro La Marcha	C
Punta San Fernando	C
Playas San Juan de Marcona	C
<b>PALPA</b>	
Líneas de Palpa	D
Museo de Palpa	D
Petroglifos de Chichitara	D

Fuente: **Elaboración propia**

Es de anotar que el atractivo principal de la Región, las Líneas de Nasca, superan notablemente en jerarquía a los otros atractivos de Nasca y Palpa. Las Líneas atraen, por sí mismas, flujos turísticos internacionales en una tendencia creciente, que se evidenciará más nítidamente en el análisis de la demanda.

### **1.3 POTENCIAL DE ASOCIACIÓN**

Aunque las líneas de Nasca, como se mencionó previamente, son consideradas radicalmente más importantes en términos turísticos en relación al resto de los recursos/atractivos en Nasca y Palpa, es posible determinar un claro potencial de asociación, territorial y temática con algunos de ellos. Eventualmente, la consolidación de productos asociados podría incrementar la atraktividad de la oferta de Nasca y Palpa. A continuación se presentan algunas opciones, reales y potenciales, de asociación temática y territorial:

**Tabla N° 4. Escenarios de asociación en Nasca y Palpa**

<b>ASOCIACIÓN TEMÁTICA</b>	<b>ASOCIACIÓN TERRITORIAL</b>
<b>Observación de geoglifos y petroglifos</b>	<b>Líneas de Nasca</b>
Líneas de Nasca	Líneas de Nasca
Geoglifos de Cantalloc	Casa-Museo de María Reiche
Líneas de Palpa	<b>Área de influencia de Cahuachi</b>
Petroglifos de Chichitara	Complejo arqueológico de Cahuachi
<b>Arqueología Nasca</b>	Sitio arqueológico de Estaquería
Complejo arqueológico de Cahuachi	Pueblo Viejo
Sitio arqueológico de Estaquería	Acueducto de Ocongalla
Pueblo Viejo	<b>Dunas en Vista Alegre</b>
Acueducto de Ocongalla	Duna Cerro Blanco
<b>Práctica del sandboard</b>	Duna Cerro La Marcha
Dunas de Usaka	<b>Fauna silvestre en Marcona</b>
Duna Cerro Blanco	Punta San Fernando
Duna Cerro La Marcha	Playas San Juan de Marcona
<b>Observación de fauna silvestre</b>	
Punta San Fernando	
Playas San Juan de Marcona	

Fuente: Elaboración propia

Lo importante del desarrollo de productos turísticos sustentados en una adecuada asociación de atractivos, es que permiten alcanzar la ampliación de la permanencia y del gasto de los turistas que, responsablemente gestionados, se deben traducir en derrama turística hacia las poblaciones anfitrionas.

Por otro lado, las propuestas asociativas viables evitan la generación de falsas expectativas alrededor de recursos de escasa atractividad que, lamentablemente, se ha convertido en parte del discurso político en el país y en una especie de consenso colectivo sustentado en el desconocimiento del ABC de la teoría turística.

#### **1.4 SERVICIOS DE ALOJAMIENTO**

La capacidad de alojamiento en Nasca, según los registros de establecimientos categorizados por el MINCETUR, es de 1.628 camas distribuidas en 891 habitaciones correspondientes a 42 establecimientos de hospedaje<sup>2</sup>. Existe igualmente un número indeterminado de alojamientos no categorizados en Nasca. En Palpa sólo existen tres hospedajes no categorizados. Ver Anexo 1.

#### **1.5 OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS**

Existen 26 agencias de viajes en Nasca y una en Palpa. Esto se explica por la demanda de operación de las Líneas de Nasca. Por otro lado, la oferta de restaurantes registrados por el MINCETUR en Nasca y Palpa sólo identifica a cinco establecimientos: Ver Anexo 3.

<sup>2</sup> No obstante, en la tabla resumen que se presentará en el subtítulo 2.2 de Permanencia Promedio de los Visitantes a Nasca, el dato es nuevamente diferente: 2.574 camas distribuidas entre 1393 habitaciones correspondientes a 83 establecimientos.

Es obvio que existe un déficit de registro por parte del ente rector nacional, que es necesario corregir.

## 1.6 OFERTA ORGANIZADA

Se entiende por oferta organizada aquella que se vende en paquete o programa turístico. La visita a las Líneas de Nasca se ofrece así, de varios modos. Se señalan a continuación algunos ejemplos representativos<sup>3</sup>:

### LÍNEAS DE NASCA 3 DÍAS/2 NOCHES DESDE LIMA

Día 1 Lima-Pisco  
Alojamiento  
Día 2 Visita a Islas Ballestas y a la Reserva Nacional de Paracas  
Retorno al hotel  
Día 3 Pisco-Nasca  
Sobrevuelo a las Líneas de Nasca  
Retorno a Lima  
Precio aproximado del paquete : US \$ 300-400

### LÍNEAS DE NASCA 2 DÍAS/1 NOCHE DESDE AREQUIPA

Día 1 Arequipa-Nasca  
Sobrevuelo a las Líneas de Nasca  
Alojamiento  
Día 2 Retorno a Lima  
Precio aproximado del paquete : US \$ 280-300

### LÍNEAS DE NASCA 2 DÍAS/1 NOCHE DESDE CUZCO

Día 1 Cuzco-Nasca  
Alojamiento  
Día 2 Sobrevuelo a las Líneas de Nasca  
Retorno a Lima  
Precio aproximado del paquete : US \$ 290-310

### LÍNEAS DE NASCA FULL DAY DESDE LIMA

Traslado en avioneta desde y hacia Lima y sobrevuelo a las Líneas de Nasca  
Precio aproximado del paquete : US \$ 350-400  
Traslado en auto desde y hacia Lima y sobrevuelo a las Líneas de Nasca  
Precio aproximado del paquete : US \$ 250-300

### SOBREVUELO A LAS LÍNEAS DE NASCA

#### En avioneta

Vuelo clásico : 35 minutos desde Nasca  
Precio aproximado : US \$ 60-80  
Vuelo completo (incluye Líneas de Palpa): 1 hora desde Nasca  
Precio aproximado : US \$ 180-240

#### En helicóptero

Vuelo clásico : 35 minutos desde Nasca  
Precio aproximado : US \$ 320-350  
Vuelo completo (incluye Líneas de Palpa): 1 hora desde Nasca  
Precio aproximado : US \$ 650-680

<sup>3</sup> Se usa como base la información proporcionada por Go2Peru, servicio promovido por la Cámara Nacional de Turismo del Perú (Canatur), corregida por la investigación de la consultoría.

## 1.7 OFERTA POR INTERNET

La oferta por internet de las Líneas de Nasca y las Pampas de Jumana es altamente significativa. A continuación se resume los resultados de las búsquedas realizadas. Cabe señalar que estas cifras constituyen por sí mismas un indicador de la presencia del bien patrimonial en la web y permite hacer comparaciones con otros espacios competitivos. La información de internet, como está claro aquí, por lo general no es profunda ni confiable.

### Búsqueda:

#### a) *Líneas de Nazca (escrito con la letra Z)*

- Aproximadamente 207,000 resultados de líneas de NAZCA en toda la web.
- Aproximadamente 43,200 hits de líneas de NAZCA en páginas web del Perú.
- A partir del cuarto hit se inicia la oferta de tours, la aproximación tiende a ser histórico cultural vinculado con astronomía y esoterismo, se menciona en algunos casos la líneas de Palpa como más antiguas.

#### b) *Líneas de Nasca (escrito con la letra S)*

- Aproximadamente 23,800 hits de "líneas de NASCA" en páginas web del Perú.
- Aproximadamente 36,500 hits de líneas de NASCA en toda la web.
- Trata inmediatamente de re-direccionar a líneas de Nazca.

#### c) *Geoglifos de Nasca*

- Aproximadamente 1,510 hits de de geoglifos de Nasca en páginas web peruanas.
- Aproximadamente 11,500 hits de geoglifos de Nasca en toda la web.
- El término sale asociado a líneas de Nasca por lo cual a partir del segundo hit ya aparece ligado a oferta de tours.

#### d) *Pampas de Jumana*

- Con este término se encuentran referencias sobre información de noticieros sobre el tema y temas relacionados a estudio de las líneas de Nasca, pero no se encuentran ofertas de tours en los primeros 20 hits.
- Aproximadamente 34.700 hits de "Pampas de Jumana" en páginas web internacionales.

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

La evaluación y prospección de la demanda turística a Nasca es un elemento fundamental para determinar la presión que pudiese existir en los elementos patrimoniales de Nasca y Palpa como resultado de las actividades de visita y el desarrollo de la infraestructura adecuarse a los diferentes usos.

### 2.1 FLUJO TURÍSTICO A NASCA

#### 2.1.1 Flujo Turístico Total

La información oficial sobre el total de visitantes a Nasca, registrada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), es la siguiente:

**Tabla N° 5. Flujo turístico a Nasca**

Años	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
2003	4.975	3.783	4.953	5.620	4.989	5.008	6.365	7.075	5.769	6.120	6.473	4.453	65.583
2004	5.044	4.871	5.429	6.513	5.974	5.848	9.727	9.206	8.362	9.610	7.930	6.048	84.562
2005	6.172	6.434	7.114	7.857	8.207	8.746	10.369	11.968	10.688	12.181	9.660	7.662	107.058
2006	8.015	7.587	9.219	10.083	11.147	9.924	10.834	12.757	12.729	13.786	13.110	10.117	129.308
2007	9.415	10.903	12.854	15.348	15.172	15.665	16.391	14.801	14.289	17.111	15.484	11.613	169.046
2008	12.529	11.675	15.005	15.591	14.543	14.153	19.303	17.923	16.511	18.688	17.912	13.376	187.209

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ica. 2009  
Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje

Esta data refleja un crecimiento ampliamente superior a la media óptima de incremento de afluencia turística hacia los principales destinos a nivel internacional (que oscila entre el 7 y el 10% anual).

**Tabla N° 6. Crecimiento de arribos a Nasca**

Arribos	Nacionales	Extranjeros	Totales	Crecimiento Anual
2003	28.262	37.321	65.583	---
2004	34.611	49.951	84.562	28,94%
2005	42.751	64.307	107.058	26,60%
2006	65.032	64.276	129.308	20,78%
2007	94.535	74.511	169.046	30,73%
2008	102.360	84.849	187.209	10,74%

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ica. 2009  
Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje

Igualmente este registro permite formular dos afirmaciones preliminares:

- El destino Nasca tiene un gran potencial de desarrollo turístico, lo que hace imprescindible planificar el uso público del destino, a fin de evitar graves impactos que puedan derivarse por un desarrollo no planificado.
- La tasa de crecimiento anual puede representar un riesgo para la conservación del principal atractivo: las Líneas de Nasca. En consecuencia es necesario estimar los límites de soporte de dicho atractivo y diversificar la visita al destino, con el propósito de controlar la presión de demanda. Paralelamente la diversificación permitirá estimular una mayor permanencia y como consecuencia contribuir a la generación de empleo y servicios locales.

### 2.1.2 Flujo Turístico Internacional

Con base en la misma fuente, la data discriminada y comparativa de la evolución del turismo internacional por país de procedencia (de 2008 en comparación a 2003) es la siguiente:

**Tabla N° 7. Principales países emisores de turistas a Nasca**

PROCEDENCIA	2008	2003
JAPON	9 722	1 600
FRANCIA	7 944	5 038
ALEMANIA	5 614	2 948
ESTADOS UNIDOS (USA)	4 623	1 526
ITALIA	4 245	3 335
INGLATERRA - REINO UNIDO	4 113	2 972
ESPAÑA	3 324	1 098
CANADA	2 797	640
OCEANIA (AUSTRALIA &)	2 513	1 666
ARGENTINA	2 106	189
OTROS PAISES DE EUROPA	11 697	6 415
BRASIL	1 436	297
COLOMBIA	1 130	194
ISRAEL	1 063	789
Otros países del mundo	4 889	949
<b>TOTAL</b>	<b>67 216</b>	<b>29 656</b>

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ica  
Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje

Por otro lado, de acuerdo al Perfil del Turista Extranjero 2007, elaborado por Promperú<sup>4</sup>, el 10% de los turistas internacionales que llegaron al Perú visitó Nasca. Si el concepto se restringe al segmento de visitantes por motivo de vacaciones y recreación, el porcentaje es mayor (14%). Este porcentaje se incrementa si se trata de visitantes asiáticos (particularmente japoneses), europeos (alemanes, franceses, españoles y rusos principalmente) o canadienses y disminuye si se trata de visitantes latinoamericanos o estadounidenses.

### 2.1.3 Flujo Turístico Nacional

Siguiendo la información del MINCETUR, la afluencia turística nacional se descompone, por regiones, con la misma lógica comparativa, del siguiente modo:

Tabla N° 8. Composición del flujo turístico nacional a Nasca

PROCEDENCIA	2008	2003
AREQUIPA	7.835	2.358
AYACUCHO	3.055	849
LIMA METROPOLITANA Y CALLAO	21.971	10.047
ICA	20.677	6.567
CUSCO	2.035	706
LIMA PROVINCIAS	15.504	760
TACNA	1.224	382
Otras regiones	5 695	1 302
<b>TOTAL<sup>5</sup></b>	<b>77 996</b>	<b>22 .971</b>

<sup>4</sup> Página 12 del estudio ([http://www.peru.info/s\\_ftobusqueda.asp](http://www.peru.info/s_ftobusqueda.asp))

<sup>5</sup> Como es de apreciar existe una diferencia de registro entre la suma de los turistas nacionales y extranjeros en 2003 (52.627) y el registro total de visitantes (65.583). Igual sucede con la data de 2008 (145.212 vs. 187.209). Esto sólo se explica por la debilidad de la metodología de levantamiento de la información turística en el Perú, debido a que se sustenta en la calidad del registro de los establecimientos de hospedaje, que usualmente es muy baja.

En el Perfil del Turista Nacional 2003, elaborado igualmente por Promperú, que es el último estudio publicado al respecto, no existe data suficiente que permita mensurar la importancia de Nasca para el turismo nacional. Sin embargo, considerando el dominio de visitantes provenientes de tres regiones: Lima, Arequipa y la misma Ica, es obvio que en dichos lugares deben enfocarse futuras campañas para aumentar el flujo que se ha ido consolidando.

### **Características del vacacionista nacional**

De acuerdo al Perfil del Vacacionista Nacional 2009, contratado por Promperú y elaborado por Ipsos Apoyo<sup>6</sup>, las características que definen al vacacionista nacional son las siguientes:

- i. El principal motivo de viaje es el descanso y relax, seguido por el deseo de compartir con la familia y conocer nuevos lugares.
- ii. Los aspectos que más se toman en cuenta para elegir el destino de visita son: paisajes/naturaleza (39%), variedad de atractivos turísticos (28%), clima cálido (22%), tener familiares y amigos que viven en el lugar (21%), lugar tranquilo/sin bulla (21%) y lugar seguro (19%).
- iii. Los medios que más influyen en la decisión de viaje y, sobre todo, en la elección del destino de visita son: la experiencia y referencia de familiares y amigos, los programas de televisión especializados y la presencia en internet.
- iv. La gran mayoría de los vacacionistas nacionales no busca información previa al viaje porque ya tiene referencias del destino o porque tiene familiares o amigos que residen en él o que ya lo visitaron.
- v. El vacacionista nacional tiene una gran autonomía y, en consecuencia, una amplia mayoría viaja independientemente sin adquirir ningún paquete turístico.
- vi. Los viajes suelen organizarse en grupos de familiares directos (padres e hijos) o en grupos de familiares y amigos (sin hijos).
- vii. Tres cuartas partes de los vacacionistas nacionales viajan en buses interprovinciales y el 14% usa el vehículo propio. Sólo el 6% usa transporte aéreo.
- viii. El promedio de gasto por viajero se estima en 326 nuevos soles y el promedio de permanencia es 7 días y 6 noches. En consecuencia, el gasto promedio diario por viajero se aproxima a 50 nuevos soles<sup>7</sup>.
- ix. La mitad de los vacacionistas nacionales se hospeda en casa de familiares y amigos y el 40% en establecimientos de hospedaje de diversas características y categorías.
- x. Lima es el principal destino de visita (33%) seguido por Ica (10%), Arequipa (8%), Junín (7%) y La Libertad (6%).
- xi. Las actividades que más realizan los vacacionistas nacionales son: compras (46%), turismo de naturaleza (43%), turismo cultural (36%), diversión y entretenimiento (35%) y turismo de sol y playa (27%).

---

<sup>6</sup> Entrevista personal en hogares a una muestra de 3600 personas que viajaron al menos una vez entre enero y diciembre de 2009, aplicada en Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Huancayo.

<sup>7</sup> La conclusión del gasto promedio diario es una Nota del Consultor.

- xii. La mayoría de los vacacionistas nacionales es joven (el segmento de 18 a 34 años constituye el 66%) y más de la mitad tiene hijos. El 73% tiene estudios superiores, la tercera parte trabaja en el sector privado y la cuarta parte se dedica a la actividad independiente.

### **Importancia perceptual del territorio Nasca y Palpa como destino nacional**

De acuerdo al mismo estudio, existen algunos elementos significativos para determinar la actual importancia perceptual del territorio Nasca y Palpa para los visitantes nacionales, que a su vez pueden convertirse en factores estratégicos para su mejor posicionamiento, a saber:

- i. Si bien el 10% de los vacacionistas vacacionales visitaron Ica, la mención de los destinos dentro de la región se reduce a Ica (5%) y Chincha (2%). Nasca y Palpa aparecen tan escasamente que no ameritan mención específica en el estudio<sup>8</sup>. Sin embargo, el tercer destino nacional después de Lima e Ica, es Arequipa (8%). El territorio Nasca y Palpa se encuentra en la ruta entre Ica y Arequipa y debería tener una mayor mención. Contrario sensu, este es un elemento a tomar en cuenta para mejorar el posicionamiento actual del territorio Nasca y Palpa en la percepción de los visitantes potenciales.
- ii. Por otro lado, más del 90% de los vacacionistas nacionales usan transporte terrestre y más del 20% usa vehículo propio o movilidad particular. A pesar de esto, la declaración de visita a Nasca y Palpa es mínima. Sin embargo, esta debilidad actual es, al mismo tiempo, una oportunidad de posicionar, al menos una breve visita, al territorio Nasca y Palpa.
- iii. El atractivo del territorio patrimonial Nasca y Palpa coincide con las prioridades de interés y, parcialmente, con las actividades que realizan los vacacionistas nacionales. En este aspecto, la visita nacional requeriría de mayor promoción, más aún cuando el vacacionista nacional no busca mayor información previa al viaje.
- iv. En cambio, un elemento claramente dissociado del potencial de visita nacional al territorio Nasca y Palpa es el gasto promedio del vacacionista nacional frente a los precios vigentes en Nasca como destino de servicios y frente a la posibilidad de la observación aérea de los geoglifos. En este aspecto, el nuevo mirador y es acondicionamiento de miradores naturales de los geoglifos de Nasca y Palpa sería una opción a desarrollar, siempre y cuando pueda organizarse un itinerario de un tiempo razonable para un visitante.

### **Análisis de la composición de los arribos nacionales a Nasca**

De acuerdo a la Tabla N° 6 del presente documento, cuya fuente es la Encuesta Mensual de Hospedajes del Mincetur, la evolución de los arribos nacionales a Nasca es la siguiente:

**Tabla N° 9. Evolución de los arribos nacionales a Nasca**

<b>Año<sup>9</sup></b>	<b>Arribos Nacionales</b>
2003	28.262
2004	34.611

<sup>8</sup> Nota del consultor

<sup>9</sup> La data se detiene en 2008 porque 2009 fue un año totalmente atípico para el turismo mundial.

2005	42.751
2006	65.032
2007	94.535
2008	102.360

La cifra a 2008 representa el 55% del total de arribos a Nasca, sin embargo esta cifra, desde el punto de vista de la visita turística, es engañosa porque: i) incluye arribos por motivos de trabajo, vinculados a la minería y a la agroindustria y ii) no incluye a los visitantes de un día a Nasca, con el único propósito del sobrevuelo, cuyo mayor componente está constituido por turistas extranjeros. De ajustarse la data con estos factores de corrección es improbable que la visita nacional supere el 40%<sup>10</sup>.

## **2.2 PERMANENCIA PROMEDIO DE LOS VISITANTES EN NASCA**

De acuerdo a la información oficial del Mincetur, que se consigna en el Anexo 4, en 2008 la permanencia promedio de los visitantes nacionales a Nasca fue de 1,22 días, mientras que la permanencia promedio de los visitantes extranjeros fue de 1,08 días. Esta cifra es ligeramente inferior a la del promedio de permanencia en Ica, que es de 1.25 para nacionales y 1.13 para extranjeros, cifra que se desprende también de la estadística de visitantes en la región, en el mencionado anexo.

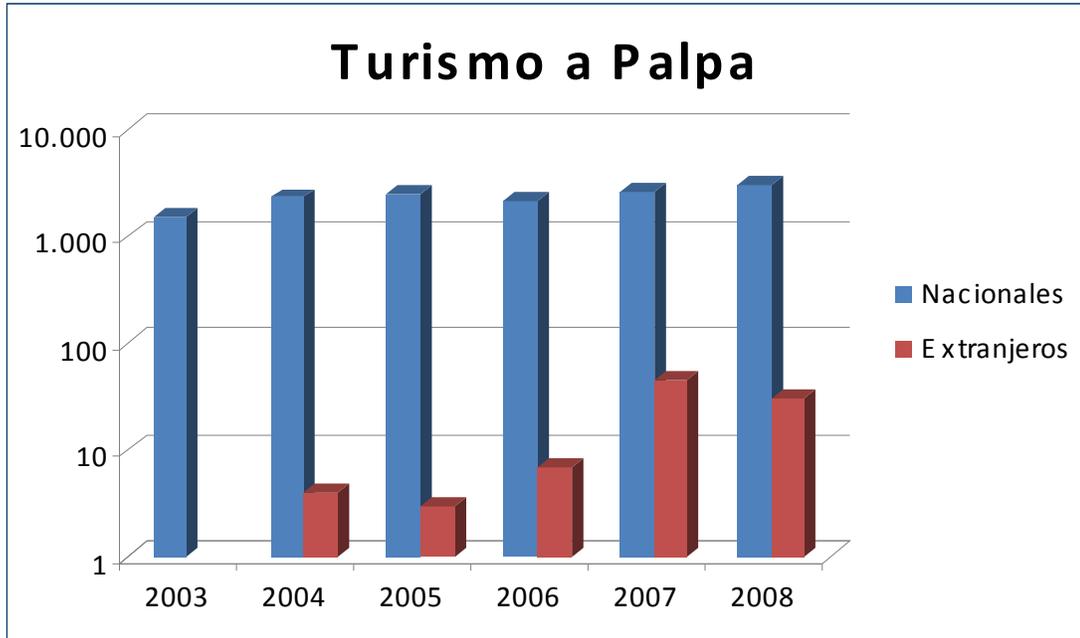
## **2.3 FLUJO TURÍSTICO A PALPA**

La información oficial señala que el destino turístico Palpa no se ha desarrollado en su totalidad y mantiene una asociación mínima con Nasca. Esta situación permite concebir un desarrollo planificado un desarrollo público en Palpa con mecanismos apropiados para el aprovechamiento sostenible de atractivos, vinculado con la actividad que ya se genera en Nasca.

---

<sup>10</sup> Estimación del consultor.

Gráfico N° 1. Afluencia turística a Palpa



Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ica. 2009  
Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje

#### 2.4 VISITAS AL MIRADOR DE LAS LÍNEAS DE NASCA

De acuerdo a la información proporcionada por la Asociación María Reiche (hasta mayo de 2007) y el Instituto Nacional de Cultura de Ica (que asumió la gestión de la información desde junio de 2007), el número de visitantes al Mirador de las Líneas de Nasca creció sosteniblemente hasta el año 2006 habiéndose mostrado una disminución desde el 2007. A pesar de que los meses de junio y julio de 2007 sólo cuentan con información incompleta, como resultado del período de transferencia de los registros, es notorio el decremento producido con relación al pico alcanzado en 2004-2006, que tiene que ver fundamentalmente con la baja calidad de la experiencia de observación de las Líneas.

Por otro lado, es evidente que un número significativo de los visitantes al Mirador, se detiene al paso durante un viaje mayor, de modo que una parte importante de ellos no visita otros atractivos en Nasca y Palpa.

**Tabla N° 10. Visitantes al Mirador de las Líneas de Nasca entre 2000 y 2008**

VISITANTES AL MIRADOR DE LAS LÍNEAS DE NASCA									
Mes	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Enero	1.800	2.400	1.650	1.940	4.484	4.829	4.812	4.557	4.728
Febrero	1.400	1.450	1.800	1.470	4.221	4.710	4.476	4.412	3.455
Marzo	1.400	1.820	1.450	1.535	3.538	4.896	4.152	4.077	3.786
Abril	1.200	1.800	2.100	2.000	3.799	3.035	4.685	4.508	3.094
Mayo	800	1.000	1.350	1.724	3.297	3.784	3.523	3.633	2.431
Junio	1.000	1.250	1.650	2.205	3.282	4.016	3.480	908	3.508
Julio	1.500	1.950	2.400	4.518	6.946	6.769	6.231	956	5.611
Agosto	2.200	3.150	2.750	4.419	6.812	7.520	6.684	6.166	5.188
Septiembre	1.300	1.350	1.900	3.228	4.710	5.294	5.224	2.724	4.326
Octubre	1.800	1.650	1.950	5.022	7.222	7.206	6.853	4.364	4.970
Noviembre	2.450	1.650	1.650	4.998	6.448	6.348	5.617	4.455	4.401
Diciembre	1.600	2.000	2.175	5.074	5.822	5.289	5.135	2.846	3.888
<b>TOTAL</b>	<b>18.450</b>	<b>21.470</b>	<b>22.825</b>	<b>38.133</b>	<b>60.581</b>	<b>63.696</b>	<b>60.872</b>	<b>43.606</b>	<b>49.386</b>

Fuente: Asociación María Reiche, INC-Ica

## 2.5 SOBREVUELOS A LAS LÍNEAS DE NASCA

De acuerdo a la información de CORPAC, los sobrevuelos a las Líneas de Nasca entre 2000 y 2008, correspondieron a las siguientes cifras de pasajeros<sup>11</sup>:

**Tabla N° 11. Número de pasajeros que sobrevuelan las Líneas de Nasca**

AÑO	PASAJEROS
2000	55.322
2001	60.962
2002	64.229
2003	75.851
2004	89.714
2005	111.975
2006	117.943
2007	124.510
2008	121.913

Fuente: Corporación Peruana de Aeropuertos Comerciales (CORPAC). 2009

Sin embargo, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ica, refiriendo como fuente a CORPAC ha proporcionado las siguientes cifras discrepantes:

<sup>11</sup> Esta data nuevamente revela contradicciones con la información del Mincetur y sugiere graves errores de registro.

**Tabla N° 12. Número de pasajeros que sobrevuelan las Líneas de Nasca (versión 2)**

<b>AÑO</b>	<b>PASAJEROS</b>
2000	76.881
2001	75.574
2002	80.565
2003	92.825
2004	108.992
2005	130.736
2006	137.734
2007	143.691
2008	139.130

Fuente: Dircetur Ica, citando como fuente a CORPAC. 2009

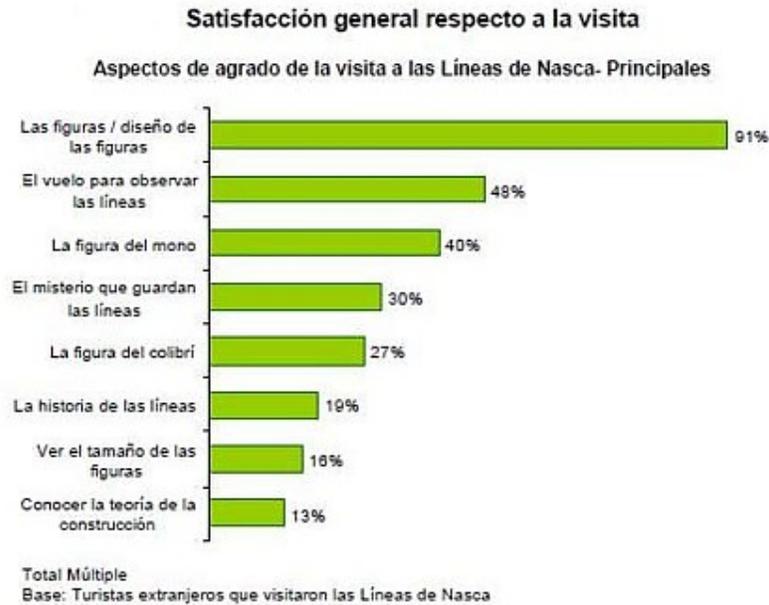
Al margen de reiterar la falta de confiabilidad de la información estadística del turismo a Nasca, ambos registros coinciden en que, entre 2005 y 2008, se ha estabilizado una carga real de sobrevuelos a las Líneas de Nasca, que podría indicar saturación del espacio aéreo o eventual saturación de la demanda. Este asunto amerita una investigación específica.

## **2.6 NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE EXTRANJERO**

De acuerdo al Estudio Nivel de Satisfacción del Visitante Extranjero 2008, elaborado por Promperú, el 97% de los turistas internacionales se declara satisfecho o totalmente satisfecho con su experiencia de observación de las Líneas de Nasca y el 93% la recomendaría indudablemente a familiares y amigos.

El principal factor de satisfacción es el diseño y dimensión de las figuras y los principales elementos de insatisfacción son la incomodidad y precio de los servicios aéreos y la percepción de degradación potencial del patrimonio.

## Gráfico N° 2. Elementos de satisfacción con la observación de las Líneas de Nasca



Fuente: Promperú, Nivel de Satisfacción del Visitante Extranjero 2008

Según el mismo estudio, los servicios vinculados a la observación de las Líneas de Nasca (información turística, guías turísticos, transporte turístico, sobrevuelo y mirador) son calificados sobre el umbral de calidad (4.0 sobre 5.0) aunque se anota una breve disminución de los puntajes con relación al estudio anterior. En esta evaluación es notoria la insistencia en que el servicio de avionetas, si bien es un factor apreciable, incurre en demoras innecesarias y en maniobras agraviantes a la salud de los pasajeros.

## Gráfico N° 3. Uso y calificación del servicio de información turística en las Líneas de Nasca



Fuente: Promperú, Nivel de Satisfacción del Visitante Extranjero 2008

## 2.7 PRONÓSTICO DE LA DEMANDA TURÍSTICA INTERNACIONAL

El propósito de la estimación de la demanda turística no es predictivo sino más bien indicativo. Por tanto lo que se busca obtener un indicador construido como una función de la demanda turística bajo diferentes escenarios. Esta función permitirá ofrecer elementos de juicio que establezcan las metas de arribos de extranjeros al territorio cultural de Nasca y Palpa<sup>12</sup>.

Para la estimación se ha utilizado un criterio de cálculo basado en la economía mundial. Se debe anotar que el dato referencial para el movimiento anual de pasajeros que sobrevuelan las Líneas de Nasca utilizado para el análisis es hasta el año 2008, con referencia a la data proporcionada por la Dircetur-Ica, dado que es la última cifra comparable con la serie histórica disponible.

En este caso se ha efectuado un análisis de regresión múltiple considerando el efecto de los cambios en las economías de los países de la OECD, de América Latina y la tasa de intercambio. Las variables independientes son: el número de llegadas internacionales de años anteriores, Producto Interno Bruto de los países de la OECD, el Producto Interno Bruto de América Latina y la tasa real de intercambio multilateral.

Para construir el pronóstico, se ha tomado dos escenarios en consideración, considerando las diferentes tasas de crecimiento del PIB de los países de la OECD y de Latinoamérica y la tasa real de intercambio multilateral:

**Tabla N° 13. Supuestos de los escenarios**

ESCENARIOS	PBI OECD	PBI AL
	2007-20015	2007-2015
Escenario 1	2.2%	1.2%
Escenario 2	3.5%	3.5%

Fuente: Investigación específica del consultor José Humberto Soto Lazo. 2009

Las tasas de crecimiento son estimaciones que toman como base las proyecciones realizadas anteriormente por el BID y la OCDE, pero ajustadas a la situación actual, lo que significa que cubren un período de 10 años cada una. Las tasas de crecimiento fueron adaptadas para el uso específico del presente ejercicio de estimación. Para el caso del intercambio se asume tasa promedio anual para período 1999-2006. En consecuencia el año base para la fijación de las metas es 2006. Los resultados pueden ser resumidos como sigue:

---

<sup>12</sup> Para el efecto se ha seguido el modelo econométrico propuesto por Pacific Consultants para la elaboración de las proyecciones del Plan Maestro de Desarrollo Turístico en la República del Perú (1998-2000), cuya pertinencia ha sido validada en los años siguientes. Este modelo ha sido adaptado específicamente por el economista José Humberto Soto Lazo, para el presente análisis.

**Tabla N° 14. Pronóstico de afluencia turística internacional a las Líneas de Nasca**

<b>AÑOS META</b>	<b>ESCENARIO 1</b>	<b>META</b>	<b>ESCENARIO 2</b>	<b>META</b>
<b>2009</b>	145.573	1,046	152.995	1,0993
<b>2012</b>	153.834	1,1056	171.196	1,2304
<b>2015</b>	162.421	1,1674	189.512	1,2974
<b>2018</b>	171.329	1,2314	200.869	1,4437

Fuente: Investigación específica del consultor José Humberto Soto Lazo. 2009

Estos resultados pueden variar según la duración e impacto final de la crisis financiera internacional en el turismo, dado su carácter estructural y cíclico, e igualmente pueden verse afectados por variables contingentes y su efecto en la eventual modificación de las conductas de viaje en los principales mercados emisores.

## **CAPITULO II. SITUACIÓN ACTUAL DEL USO PÚBLICO EN NASCA Y PALPA**

### **3.1 ANÁLISIS DE LAS INTERVENCIONES Y DETERMINACIÓN PRELIMINAR DE NECESIDADES PARA EL USO PÚBLICO.**

En el presente capítulo se presenta un diagnóstico de las intervenciones para el uso público en los principales recursos y atractivos turísticos de Nasca y Palpa. Se considera que existe un severo déficit de trabajos de infraestructura adecuada para los visitantes, notándose una casi total carencia de trabajos de interpretación ambiental y de facilidades para una experiencia adecuada de visitantes.

#### **A. Líneas de Palpa**

Las líneas de Palpa cuentan con 3 miradores naturales:

- El mirador del Reloj Solar tiene una carretera de acceso regular y una pobre implementación y puesta en valor. Cuenta con boletería y asistencia por parte del personal de INC. Dicho personal ha recurrido al uso de recortes de folletos promocionales y artículos de prensa para armar un precario centro de interpretación en el cuarto de vigilancia. La buena voluntad de trabajo es destacable así como es visible la total ausencia de recursos y el abandono en el cual se encuentran estos trabajadores. Dicho espacio no cuenta tampoco con las condiciones mínimas para recibir a visitantes como lo son servicios higiénicos, y comunicación directa con la provincia en caso de urgencias. Estas mismas condiciones son también deplorables para el propio personal del INC.
- El Tumi y el Peñón, a los cuales se accede por el mismo camino hasta llegar a una bifurcación. Son de difícil acceso y con ausencia de información en cuanto a direcciones para llegar así como una nula interpretación.
- Llipata, cuenta con un mirador artificial precario pero accesible. Está ubicado muy cerca de la carretera y son visibles también desde el nivel del suelo ya que están trazados sobre una loma frente a un descampado. A pesar de contar con unas condiciones ideales para desarrollar servicios adicionales y un centro de interpretación moderno este no cuenta con ningún servicio salvo el boletaje por horas. La torre artificial se muestra claramente insegura.

#### **B. Museo de Palpa**

Este buen museo necesita definir mejor algunos espacios utilizados ya que una de sus salas se encuentra compartida con la sala de reuniones de la municipalidad, utilizada para asambleas vecinales. Por el momento este uso no es incompatible ya que Palpa no tiene un flujo significativo de visitantes. A pesar de esto debería delimitar el espacio entre la exhibición y la sala de reuniones. Una acción necesaria adicional es un programa de promoción y comercialización que ayude a integrar al museo a la oferta de los operadores locales. Dicho programa debe ser parte de un modelo de gestión integral para el producto Líneas de Nasca.

#### **C. Petroglifos de Chichitara**

Existe un interés por parte de DIRCETUR Ica de poner en valor los petroglifos. El primer perfil redactado fue observado por el gobierno regional de Ica en noviembre del 2008 por lo cual esta etapa de corrección. Este contempla la implementación de sistemas de agua y desagüe así como del suministro eléctrico. Lo observado en el perfil fue que no definía desde donde se obtendría el suministro de agua ni donde se ubicarían las posas de oxidación.

Adicionalmente es necesario para su puesta en valor el señalar su acceso. Deben de delimitarse circuitos que presenten paradores por tramos para la protección del sol y del viento. Los petroglifos más destacables deben de pasar por un proceso de restauración y todos en general deben de ser limpiados y protegidos de la intemperie.

#### **D. Iglesia San José**

Es necesaria una restauración de los restos de esta iglesia y su habilitación para otros usos como pueden ser los servicios complementarios de alimentación. Este atractivo se encuentra ubicado cerca de la carretera pasando la Casa Museo María Reiche en dirección a Nasca y puede convertirse, con la debida intervención, en una parada previa la llegada a esta ciudad.

#### **E. Casa Museo María Reiche**

Debe de ser mejorada la calidad de las herramientas expositivas con las que cuenta este museo. Cuenta con un número de salas con mostradores. Es necesaria una explicación didáctica y secuencial de las conclusiones a las que María Reiche y otros estudiosos llegaron sobre los geoglifos.

#### **F. Líneas y geoglifos de Nasca**

Debe considerarse el establecimiento de un centro de interpretación acerca de los geoglifos, posiblemente asociado al lugar donde está ubicada la torre de observación actual. La propuesta para las líneas de Nasca debe de unir los distintos puntos de observación, miradores naturales y artificiales, para generar un sistema integral de interpretación conjunta y complementaria en la cual cada atractivo y su soporte técnico explique uno a uno los factores que llevaron a los Nasca a lograr un desarrollo cultural reconocido mundialmente.

Para la puesta en valor debe considerarse el ordenamiento del estacionamiento como primer paso.

Actualmente el Plan Copesco está preparando propuesta de torre u observatorio para reemplazar la actual torre de observación, que debe de ser modernizada siendo dotada de más altura y mayor extensión, con 2 o 3 niveles distintos.

Puede considerarse la elevación con globos siempre y cuando estos sean fijos y no superen el nivel de vuelo más bajo autorizado a las avionetas (800 metros aproximadamente). El sobrevuelo de globo sin estar anclado incompatible con el de las avionetas.

#### **G. Sitio Arqueológico Estaquería**

Debe de ser conservado inicialmente y protegido de los efectos de la intemperie. Deben de ubicarse como mínimo paneles informativos. No existe guardia, ni caseta de ingreso al lugar.

#### **H. Complejo arqueológico de Cahuachi**

Sólo existe una caseta de ingreso y una guardia, no cobran ingreso. Prácticamente no existen senderos ni paneles y existen zonas prohibidas de acceso al público. Su puesta en valor se deberá tener especial consideración en las rutas de acceso, puesto que la vía actual se encuentra muy deteriorada, no cuenta con señalización y ni siquiera se aprecia un trazo o huella continua para el acceso. Así mismo será necesario, una adecuada delimitación, un centro de interpretación y servicios básicos para los visitantes.

Dada la importancia de Cahuachi este debe de ser asociado con los atractivos cercanos como los acueductos de Ocongate, Pueblo Viejo y Estaquería.

#### **I. Dunas y bosques de huarango de Usaka**

No existe guardia ni caseta de ingreso al lugar. Es necesaria su señalización para el acceso así como un parador para el descanso de los turistas en el que puedan apreciar el paisaje.

#### **J. Restos Fósiles de Huaricanga**

Bajo ningún tipo de protección. Para su puesta en valor es necesario señalar el acceso para integrarlo al circuito turístico del atractivo ancla Cahuachi. Asimismo debe de haber un control de ingreso dado el alto riesgo de robo al que están expuestos los fósiles y su demanda en el mercado de tráfico internacional de patrimonio cultural.

#### **K. Pueblo Viejo**

Su ubicación en ruta hacia el sitio arqueológico de Cahuachi brindan la posibilidad de convertirlo en un excelente atractivo a partir del cual, con el debido soporte de interpretación, puede explicarse su importancia en el desarrollo cultural de los Nasca. Es necesaria una propuesta de interpretación conjunta y complementaria para estos cuatro (Cahuachi, Pueblo viejo, Acueductos de Ocongalla y Estaquería) atractivos que contribuyan al entendimiento del paisaje cultural de la región. Las características de este hacen que pueda implementarse a su alrededor un parador de descanso con servicios complementarios a la visita al sitio arqueológico de Cahuachi, principal atractivo de este circuito.

#### **L. Acueducto de Ocongalla**

Su ubicación en ruta hacia el sitio arqueológico de Cahuachi brindan la posibilidad de convertirlo en un excelente atractivo a partir del cual, con el debido soporte de interpretación, puede explicarse su importancia en el desarrollo cultural de los Nasca. Es necesaria una propuesta de interpretación conjunta y complementaria para los cuatro lugares (Cahuachi, Pueblo Viejo, Acueductos de Ocongalla y Estaquería), que contribuyan al entendimiento del paisaje cultural de la región.

Las características de este hacen que pueda implementarse a su alrededor un parador de descanso con servicios complementarios a la visita al sitio arqueológico de Cahuachi, principal atractivo de este circuito.

Debe de mejorarse la señalización para su acceso.

#### **M. Planetario Maria Reiche**

Se encuentra dentro del hotel Nasca Lines. Es necesario integrar más su promoción y comercialización a la de los atractivos Arqueológicos.

#### **N. Centro administrativo Inca “Los Paredones”**

Su estado de conservación es regular aunque mantiene su carácter monumental. Es necesario complementar este con interpretación y la habilitación de circuitos para realizar recorridos.

Su ubicación cerca a la carretera y en el valle de Nasca lo convierten en un excelente atractivo a partir del cual, con el debido soporte de interpretación, puede explicarse su importancia en el desarrollo cultural de los Nasca. Este atractivo se encuentra así mismo ubicado cerca al mirador natural del llamado telar de Nasca así como de los acueductos de Cantalloc. Es necesaria una propuesta de interpretación conjunta y complementaria para estos tres atractivos que contribuyan al entendimiento del paisaje cultural de la región.

#### **O. Museo Didáctico Antonini**

En buen estado de conservación.

#### **P. Geoglifos El telar de Cantalloc – Nasca**

Los geoglifos pueden ser observados desde la parte alta de una pequeña loma que constituye un mirador natural. Se pueden distinguir los geoglifos pero corren el riesgo de ser dañados. No cuenta con interpretación ni guiado, solo una pequeña zona señalizada para el estacionamiento y un sendero básico.

Para su puesta en valor es necesario el delimitar circuitos de acceso a los distintos niveles del mirador natural. Así mismo este debe de contar con paneles informativos como soporte interpretativo para el visitante. Es necesario que cuente con control de acceso para supervisión del sitio Arqueológico así como de servicios básicos para los visitantes.

#### **Q. Acueductos de Cantalloc**

Se encuentran en muy buen estado de conservación. Su ubicación cerca a la carretera y en el valle de Nasca lo convierten en un excelente atractivo a partir del cual, con el debido soporte de interpretación, puede explicarse su importancia en el desarrollo cultural de los Nasca. Este atractivo se encuentra ubicado cerca al mirador natural del llamado telar de Nasca así como al centro administrativo Paredones. Es necesaria una propuesta de interpretación conjunta y complementaria para estos tres atractivos que contribuyan al entendimiento del paisaje cultural de la región.

Es necesario ofrecer servicios básicos al visitante.

Debe de regularizarse la situación de su manejo que actualmente está en manos de la Municipalidad Provincial de Nasca (que cobra entrada) y no del INC como corresponde.

#### **R. Geoglifo Las Agujas**

Estado de conservación regular. No cuenta con interpretación ni guiado. Solo un cartel que señala el lugar arqueológico.

Para su puesta en valor es necesario el delimitar circuitos de acceso al mirador natural. Así mismo este debe de contar con paneles informativos como soporte interpretativo para el visitante. Es necesario que cuente con control de acceso para supervisión del sitio Arqueológico.

#### **S. Cerro Blanco**

Bajo ningún tipo de protección. Debe de haber un mayor control para el acceso por temas de seguridad. Es pertinente recomendar la habilitación de servicios básicos para el sitio.

#### **T. Necrópolis de Chauchilla**

Su estado actual es aceptable desde el punto de vista de la conservación pero debe de aclararse la situación de la administración del sitio que actualmente está en manos de la Municipalidad Provincial de Nasca y no del INC. Falta interpretación adecuada que haga más interesante el atractivo. Las momias que se encuentran en las tumbas han sido colocadas sin ningún tipo de rigor científico ofreciendo una información equivocada al turista. No cuenta con paneles informativos. La interpretación a implementar en el sitio debe de basarse en las investigaciones existentes. Cuenta con servicios básicos con mal mantenimiento.

#### **U. Duna Cerro La Marcha**

En buen estado de conservación pero sin ningún tipo de control. Debe de haber un mayor control para el acceso por temas de seguridad.

#### **V. Punta San Fernando**

En buen estado de conservación pero es objeto de disputas por posibles proyectos hoteleros. En julio fue declarado por SERNANP como zona reservada. No existe control ni vigilancia.

#### **W. Punta San Juan de Marcona**

Bajo el control de Proabonos, con cercos y vigilancia.

En el siguiente cuadro se puede apreciar un balance de las instalaciones de interpretación, infraestructura turística, servicios y vigilancia en los sitios evaluados. Como se puede comprobar, la mayoría de ellos no cuenta, o cuenta con escasos elementos para generar una adecuada experiencia al visitante o para asegurar la intangibilidad de los lugares.

**Tabla N° 15. Matriz Resumen de Intervenciones y Necesidades en los Principales Atractivos de Nasca y Palpa**

<b>LUGARES/ PARAMETRO</b>	<b>INTERPRETACIÓN</b>	<b>INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA</b>	<b>SERVICIOS</b>	<b>VIGILANCIA</b>
Líneas de Palpa	No	No	Si	Si
Museo de Palpa	Si	Si	Si	Si
Petroglifos de Chichitara	No	No	No	No
Iglesia de San José	No	No	No	Si
Casa Museo María Reiche	Si	Si	Si	Si
Líneas y Geoglifos de Nasca	No	Si	Si	Si
Sitio Arqueológico Estaquería	No	No	No	Si
Complejo Arqueológico Cahuachi	No	No	No	Si
Dunas y Bosques de Huarango De Usaka	No	No	No	No
Restos Fósiles de Huaricanga	No	No	No	No
Pueblo Viejo	No	No	No	No
Acueducto de Ocongalla	No	Si	Si	Si
Planetario Maria Reiche	Si	Si	Si	Si
Centro Administrativo Inca "Los Paredones"	No	Si	No	No

<b>LUGARES/ PARAMETRO</b>	<b>INTERPRETACIÓN</b>	<b>INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA</b>	<b>SERVICIOS</b>	<b>VIGILANCIA</b>
Museo Didáctico Antonini	Si	Si	Si	Si
Petroglifos El Telar de Cantalloc - Nasca	No	Si	No	Si
Acueductos de Cantalloc	No	Si	Si	Si
Geoglifo Las Agujas	No	No	No	No
Cerro Blanco	No	No	No	No
Necropolis de Chauchilla	No	Si	Si	No
Duna Cerro La Marcha	No	No	No	No
Punta San Fernando	No	No	No	Si
Punta San Juan de Marcona	No	No	No	Si

### CAPITULO III. INICIATIVAS RELACIONADAS AL USO PÚBLICO EN EL TERRITORIO DEL PLAN DE MANEJO

Una amplia gama de actores, con intereses y objetivos diversos están vinculados con el uso público en Nasca y Palpa. Este capítulo hace un análisis de dicha situación en la medida en que influyen en la conservación y gestión del territorio cultural y natural

#### 4.1 PLAN DE ACCIÓN DE TURISMO PARA NASCA

En el Marco del Plan Estratégico Nacional del Turismo (PENTUR), se han identificado para el periodo 2008-2018, nueve destinos prioritarios para el país. Uno de ellos es Nasca. Para conseguir una gestión de destino eficiente, el Pentur plantea contar con Plan de Acción Turística para Nasca, que funcione como un instrumento de gestión, siendo el resultado coordinado del análisis, planteamiento y validación de los objetivos, estrategias, programas, proyectos y acciones del destino turístico. Dentro de esta prioridad de trabajo integrado, se ha planteado organizar el Plan Estratégico Regional de Turismo de Ica, con las siguientes fases:

- Desarrollar el **PERTUR Ica** en coordinación con los actores.
- Conformación del **Ente Gestor**, por cada destino turístico identificado, promoviendo la alianza público privada de los actores del destino. El Ente Gestor asume la gestión de su destino turístico.
- Plantear el área geográfica del destino de acuerdo a la vocación turística.
- Elaboración del **Plan de Acción del Ente Gestor**: en base a una PPV (Propuesta Principal de Venta = Líneas de Nasca) y en coordinación con los todos los actores vinculados al turismo.
- **Taller de Validación del Plan de Acción** (participación, revisión y aportes al documento).
- **Implementación del Plan de Acción** (MINCETUR pone a disposición el apoyo técnico necesario para facilitar las acciones programadas).

La fase 1, que se refiere a actores del turismo en Nasca, incluye a representantes de las siguientes instituciones, gremios y/o empresas:

- Cámara de Turismo de Nasca
- Hotel Alegría
- Nasca Group (aerolínea)
- Aero Nanasca
- The Nasca Mines (agencia)
- Hotel Cantayo
- Perú Nasca Tours
- Hotel Sol de Nasca
- Perú Desert Experience (agencia)
- Hotel Virgen de Guadalupe
- Asoc. Guías de Turismo
- ODEREC
- Taller de Cerámica Emilia
- Museo Antonini
- INC Nasca

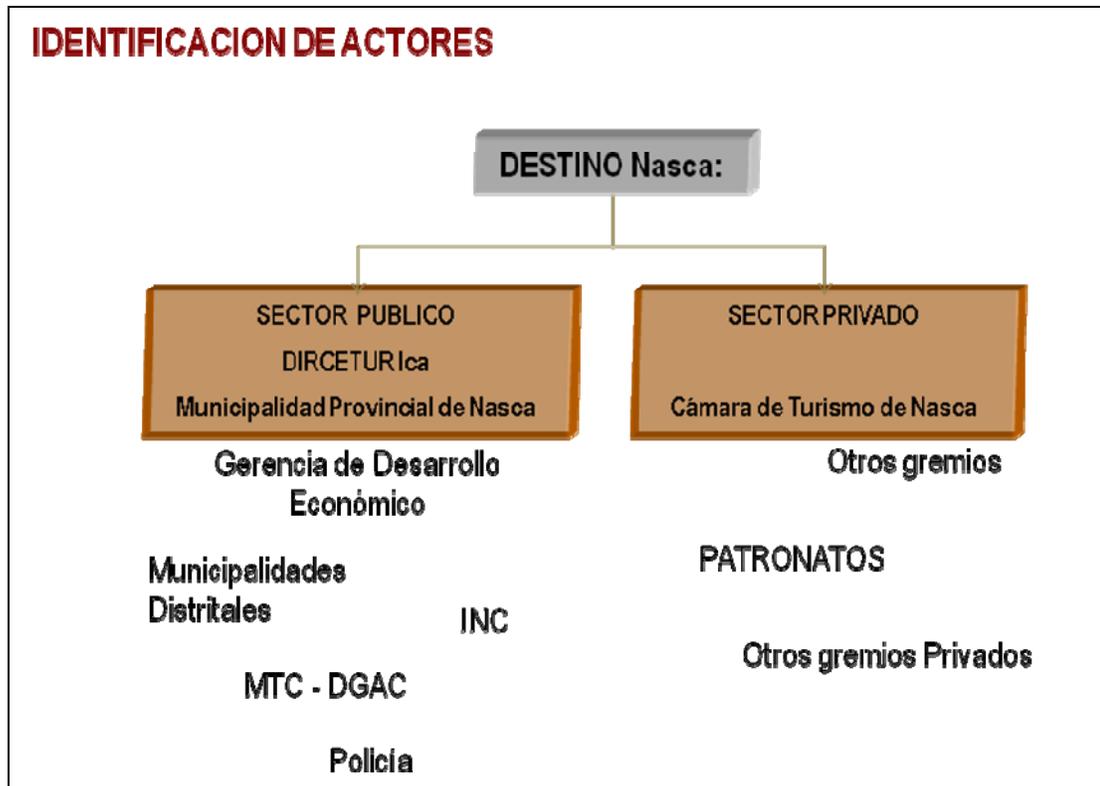
- Municipalidad Distrital de El Ingenio
- CETPRO (Carrera de Turismo)
- Municipalidad Provincial de Nasca
- DIRCETUR Zonal Nasca
- DIRCETUR ICA
- Municipalidad Provincial de Palpa

Para contar con el plan, se plantean seguir los siguientes pasos, que prácticamente ya han sido concluidos:

- Definición del ente rector
- Objetivos y funciones del ente gestor
- Descripción del destino: análisis interno y de demanda
- Objetivos del destino turístico
- Evaluación de las ocho virtudes del destino
- Definir acciones por programa y trabajo.
- Cronograma 2009 – 2010



## IDENTIFICACION DE ACTORES



En el borrador del plan se han determinado acciones enmarcadas en cuatro programas que se resumen a continuación:

### a) Programa de Planificación y Gestión

En él se plantean acciones de fortalecimiento institucional, a través de un Ente Gestor que coordine con los actores del sector turismo en Nasca, modernizando la estructura orgánica municipal, fortaleciendo capacidades técnicas en temas de desarrollo turístico del personal de la Municipalidad Provincial de Nasca y creando una alianza estratégica entre el INC (Ministerio de Cultura), SERNANP, La Municipalidad de Provincial de Nasca, DIRCETUR y la Policía Nacional para el control del tráfico de patrimonio cultural y la protección del medio ambiente.

### b) Programa de Territorio y Destino

Se plantea mejorar la seguridad a través de acciones con la Policía Nacional y serenazgo; el cuidado ambiental, ejecución de un plan vial de la Provincia de Nasca y de sus respectivos distritos, mejorar el transporte público y hacer un reordenamiento del aeródromo María Reiche de Vista Alegre. También se propone la implementación de un sistema integral de aseguramiento, vigilancia, control y gestión de la vulnerabilidad física de las Líneas y geoglifos de Nasca y campañas de promoción de la conciencia turística para la población.

### c) Programa de Producto

Este programa propone acciones de formalización de emprendedores turísticos, categorización y recategorización de establecimientos de hospedaje; crear un Inventario de Proyectos de Inversión Pública y Privada para el sector turismo (Infraestructura) y servicios complementarios prioritarios para el destino Nasca (Transportes y comunicaciones, saneamiento, ordenamiento urbano) y promover un convenio con CENFOTUR y con programas de asistencia técnica de ONGs, Cooperación Internacional y Fundaciones Internacionales para la mejora de la calidad formativa de los profesores de turismo de la provincia.

#### **d) Programa de Promoción, Comunicación y Comercialización**

El programa propone la elaboración de una segmentación de mercado de turistas tanto extranjeros como nacionales de acuerdo a los estudios de los perfiles y nivel de satisfacción con los que se cuenta a la fecha, diseñar un plan de marketing dirigido a captar los segmentos definidos, fomentar alianzas público-privada para el establecimiento de un programa concertado de acciones para la promoción, el establecimiento de una marca-destino Nasca y el desarrollo de soporte promocional eficiente.

### **4.2 OTROS GREMIOS Y ACTORES RELEVANTES**

Es importante señalar que si bien aún no está constituida la asociación de restaurantes y la de hoteles, sí existe una Cámara de Turismo y una Asociación de Guías, que pueden aportar opiniones acerca de las necesidades más urgentes para generar una adecuada experiencia a los visitantes. Asimismo, cabe señalar que si bien el INC – Ica no ha participado en los talleres convocados por Mincetur, es importante que se involucre en los próximos eventos. Finalmente, es necesario analizar *in situ* las características de trabajo gremial que realizan y pueden realizar las compañías de aeronaves de Nasca, que prestan servicio a la gran mayoría de visitantes extranjeros que llega a Nasca. No puede dejar de mencionarse la necesidad de involucrar a la Universidad San Luis Gonzaga de Ica y otras universidades en la Región, tanto para el apoyo en la gestión turística como en las investigaciones arqueológicas y culturales.

### **4.3 BOLETO TURÍSTICO NASCA - PALPA**

Durante el proceso de elaboración del presente Plan de Manejo, se ha discutido la aplicación del Boleto Turístico Nasca – Palpa, con la lógica que con un solo pago pueda accederse a diversos atractivos. Actualmente existe la Ley N° 28719 del Congreso de la República, denominada Ley del Boleto Turístico, aunque aún no está reglamentada (Ver Anexo 5 donde se analiza la propuesta de Reglamento). Sin embargo, estando ya en ejecución en la Región Cusco, han habido en Ica diversas iniciativas para ponerlo en funcionamiento en Nasca y Palpa. Al consultarse el tema en las reuniones participativas del plan, los asistentes ratificaron su interés en que este se aplique, pero con una distribución de beneficios con equidad, priorizando su aplicación al desarrollo del producto turístico Nasca (que incluye la conservación de los principales atractivos que lo integran) y que tiene que ser manejado por una estructura autónoma y participativa. Sin embargo, ha habido opiniones contrarias a su aplicación “empaquetando” varios atractivos usando como elemento principal los Geoglifos de Nasca, pues se estima que la gran mayoría de los visitantes sólo tienen interés en conocer dichos geoglifos.

## **CAPITULO IV. RESULTADOS DE TRABAJO PARTICIPATIVO Y CONSULTA PÚBLICA**

### **5.1 INFORMACIÓN DE ACTORES LOCALES**

La información recogida de los actores locales puede resumirse en base a dos reuniones realizadas en la segunda mitad del año 2009. Estas fueron un taller participativo de todas las líneas de trabajo del Plan, realizado en Agosto, en el que se conformó una mesa de asistentes vinculados al turismo en la que se hizo consulta de opinión sobre una propuesta preliminar de acciones, y posteriormente, una reunión en setiembre en la que se convocó a personas clave del sector público y privado relacionados al turismo. A continuación se presentan los resultados.

#### **5.1.1 Resultados del taller participativo**

Los participantes de la mesa de trabajo de turismo analizaron la propuesta presentada por los consultores del equipo técnico y se obtuvieron las siguientes conclusiones:

##### **Para el Programa de mercadeo turístico del territorio Nasca y Palpa**

Debe haber un proyecto del macroproducto y este incluir rutas y productos turísticos alternativos en el destino turístico Nasca y Palpa, tomando en cuenta los siguientes atractivos y recursos:

##### **NASCA**

- Atractivo Nivel 4 (genera flujo turístico por si solo): Líneas y geoglifos de Nasca
- Atractivos complementarios (con visitas en la actualidad): Acueducto Cantalloc, Cementerio Chauchilla, Mirador en Pampa de Nasca, Paredones, Aguja y Telar.
- Recursos turísticos: Cahuachi, Acueductos (en especial Ocongalla y Achaco), Complejo Megalítico Marcona, Zona Reservada San Fernando, Cementerio Aja, Duna Cerro Blanco, Cerro Marcha.,

##### **PALPA**

- Atractivos: Sacramento, Llipata
- Recursos: C. Huayurí, Petroglifos Chichitara, Buenavista, Lagar de la Peña
- Para el proyecto de Identificación y gestión comercial de segmentos y nichos, considerar como intereses especiales factibles en Nasca y Palpa, turismo de investigación, de deportes de aventura, de naturaleza y cultural.
- Para el proyecto de extensión de la permanencia y gasto turísticos, plantear estrategias tales como guiones al ente de turismo, mejores ofertas, incluso esparcimiento, alimentación de información a agencias emisoras, ordenamiento, limpieza y ornato urbano, que estimule la permanencia de los visitantes.

##### **Para el Programa de gestión del destino turístico Nasca y Palpa**

Para el proyecto de establecimiento de un ente de gestión turística público-privado, es necesario obligatoriamente incorporar a INC y SERNANP. También invitar entes como: Cofopri, MEM, Agricultura, Mininter

Para el proyecto de fortalecimiento de la institucionalidad para la conservación del patrimonio, la limpieza y el ornato del destino y la seguridad turística, incluyendo respaldo económico, personal, equipos y aspectos legales, debe haber mayor compromiso de las entidades municipales, para comprometerse en sus funciones básicas, como limpieza y seguridad, como un medio de aumentar la permanencia del visitante y aumentar la autoestima de los pobladores. Cuando exista el apoyo debe realizarse un permanente monitoreo de resultados.

### **Para el Programa de infraestructura y equipamiento turístico**

El mirador que propone realizar COPESCO debe ser revisado sobre su ubicación, diseño, altura, entre otros. Deben considerarse elementos clave como estacionamientos, capacidades, seguridad y servicios higiénicos. No es conveniente tener un centro de interpretación adscrito a la torre.

### **Para el Programa de calidad turística y capacitación**

Coordinar con Mincetur para la aplicación de las propuestas del Proyecto Cultur a nivel nacional, donde se trabaja en mejora de los estándares de calidad a diferentes niveles.

Se señaló que para mejorar la calidad del servicio aéreo es necesaria la aprobación de una ruta común Nasca – Palpa, mejores controles de tributación, obligación de pilotos de actualizarse en la información sobre las líneas y contar con una banda moderada de precios.

Hubo consenso en que es muy difícil que se puedan considerar alternativas de vehículos sobre las líneas, por ejemplo ultraligeros con pasajeros (pero si para vigilancia) y globos aerostáticos.

### **Para el componente de Manejo del Territorio**

Existe consenso en que todos los proyectos de este componente son válidos y deben ser incluidos. Se sugirió la inclusión de un reglamento de la zonificación planteada en el taller anterior, debiendo ser el ente de gestión del plan el llamado a trabajar consensuadamente este tema.

### ***Aportes a la Línea de Actuación***

El representante de Dircetur señaló que su sector cuenta con los siguientes perfiles y estudios de factibilidad:

- Perfil: Circuito de Acueductos los Nascas
- Perfil: Puesta en valor Petroglifos Chichitara
- Perfil: Puesta en valor Chauchilla
- Proyecto: Complejo Megalítico Acuático y Fauna San Juan de Marcona
- Estudio de Prefactibilidad: Ruta turística Nasca – Centro ceremonial

***Para el Plan en General:***

Es necesario contar con un Comité Mixto Permanente de Control de Daños Actualizados.

Es necesario fortalecer la conciencia de patrimonio y de turismo en los niveles escolares, incluyendo iniciativas mixtas con el sector privado.

En el Anexo 5 se presenta *in extenso* los resultados del taller.

**Tabla 16 Cuadro Resumen de Resultados de Taller Participativo**

<b>Manejo del territorio y uso público</b>	<b>Turismo sostenible</b>	<b>Programa de mercadeo turístico del territorio Nasca y Palpa</b>		Desarrollo del macroproducto Nasca y Palpa	
				Identificación y gestión comercial de segmentos y nichos	
				Extensión de la permanencia y gasto turísticos	
		<b>Programa de gestión del destino turístico Nasca y Palpa</b>		Establecimiento de un ente de gestión turística público-privado	
				Fortalecimiento de la institucionalidad para la conservación del patrimonio, la limpieza y el ornato del destino y la seguridad turística, incluyendo respaldo económico, personal, equipos y aspectos legales	
				Formalización de pequeños empresarios turísticos	
	<b>Manejo del territorio</b>	<b>Programa de infraestructura y equipamiento turístico</b>		Diseño y construcción de un Mirador -Centro de Interpretación en las Pampa de Nasca	
				Aplicación de conceptos de calidad turística en el sector turismo en el territorio.	
		<b>Programa de gestión territorial</b>	<b>Subprograma de monitoreo territorial</b>		Capacitación en servicios turísticos
					Ejecución de un sistema de monitoreo territorial remoto
			<b>Subprograma de apoyo a la gestión territorial</b>		Sistema de información territorial
					Fortalecimiento de capacidades para el ordenamiento territorial
		Desarrollo del catastro urbano			
		Apoyo al ordenamiento urbano			

## 5.1.2 RESULTADOS DEL TALLER CON EL SECTOR TURISMO

El 28 de setiembre del 2009 se realizó un taller con actores locales de turismo para para obtener opinión acerca de diversos temas. Un resumen de lo realizado y obtenido se presenta a continuación. (Ver Anexo 7)

- Valoración de los geoglifos

Todos los participantes coincidieron en que los geoglifos de Nasca son:invalorables, indescriptibles, intangibles, misteriosos. Igualmente en que son parte de nuestra identidad y que aportan al desarrollo local, regional y nacional. Igualmente valoran su reconocimiento como Patrimonio Mundial y lo consideran como un destino (atractivo/producto) turístico único en el mundo. Además, reconociéndolo como una expresión cultural, consideran que lo cultural y lo místico son complementarios y que el tema místico no está desarrollado apropiadamente.

- Protección y preservación de los geoglifos

Los participantes consideraron unánimemente que los geoglifos no están adecuadamente protegidos. Uno de ellos señaló que “hay quienes viven del patrimonio y no les importa su conservación”. Muchos coincidieron en que las leyes deben ser un poco más duras. Hubo coincidencia en que hay instituciones encargadas de la conservación, específicamente el INC, pero que la normatividad que regula sus facultades y actuación no se traduce en una presencia significativa en defensa del patrimonio. Hubo unanimidad respecto a que el bien debe ser protegido con los propios recursos que genera.

Los geoglifos de las Pampas de Nasca y Jumana -afirmaron consensualmente- son intangibles y su ámbito no está delimitado. No sólo hay turismo: hay minería, ganadería y otras actividades. El Plan de Manejo debe incluir a las actividades antrópicas que ya están allí.

Otro factor claramente identificado por el taller es la falta de conciencia de la ciudadanía con los geoglifos

Hubo total acuerdo en que debe reglamentarse el usufructo de las líneas y que es necesario desarrollar programas de sensibilización a las comunidades, que no reciben nada de los ingresos que generan los geoglifos, en el marco de una estrategia inclusiva.

- Compromiso de la población y las instituciones

Los participantes señalaron que no existe el compromiso mínimo de la población y las instituciones involucradas con la gestión sostenible de los geoglifos y que se requiere articular a las instituciones que tienen algún nivel de compromiso.

Se sugirió que se constituyera una Unidad de Gestión especializada y que su financiamiento pase por la existencia de un Boleto Turístico. Incluso se recordó que hay un TUPA que los empresarios se niegan a pagar.

- Sobrevuelos

Se informó que la Cámara de Turismo, la Municipalidad Provincial de Nasca y la DGAC están formando una Unidad de Gestión para normalizar el uso del espacio

aéreo de Nasca. También se comentó que ya comenzó la competencia de proveedores de sobrevuelos desde otros orígenes. Se apuntó que hoy, la única manera de ver las líneas es sobrevolando. Todos los participantes coincidieron en que no se puede propiciar un turismo masivo.

- Conciencia turística

Hubo concordancia total en promover sensibilidad y conciencia turística, con relación al patrimonio local, desde la edad escolar, al menos en 4º y 5º de secundaria. Un participante hizo notar que existen promotores turísticos pero que no hay respuesta del gobierno regional para financiar un programa operativo con ellos. El grupo estuvo de acuerdo en la necesidad de intervención de la UGEL y de las ONGs a este respecto, incluyendo el rescate de las expresiones culturales locales asociadas al pasado histórico.

- Asociación de atractivos

Con respecto a la potencial de atractivos para constituir el macroproducto turístico Nasca, hubo unanimidad en que esto es perfectamente posible, pero que era fundamental concentrarse en desarrollar una estrategia de permanencia sustentada en una pernoctación como promedio real de la visita.

Luego se estableció una prioridad de asociación de atractivos a partir de vinculaciones directas a los geoglifos, además de concordarse en las prioridades indispensables para la construcción de este macroproducto: conectividad aérea, mejoramiento urbano, desarrollo de la planta turística y elevación de la calidad del servicio.

- Gestión del macroproducto turístico Nasca

Parte importante del grupo señaló que debería estar en manos de la actividad privada y que el Estado (a través de su institucionalidad respectiva) debería limitarse a un rol normativo y facilitador. Sin embargo otra parte manifestó que la gestión no debería ser exclusivamente del sector privado, porque su objeto es generar renta y fuentes de empleo y no manejar recursos patrimoniales.

Los participantes desarrollaron un esfuerzo importante de aproximación sucesiva y finalmente concluyeron en la propuesta de un modelo de alianza público-privada (al estilo de una OGD) y que en ella debería estar representada tanto la sociedad política y sociedad civil.

Igualmente sugirieron aprovechar la priorización otorgada a Paracas y Nasca por el Viceministerio de Turismo y los esfuerzos promovidos por Swiss Contact para la constitución de la OGD Ica.

- Viabilidad de una instancia participativa de gestión

En cuanto a la viabilidad de esta modalidad de gestión, varios de los participantes señalaron que una de las barreras es la propia burocracia estatal que siempre demora en responder las iniciativas que se le proponen y que no está haciendo una evaluación de los perfiles profesionales adecuados. Consideraron que debería haber un replanteamiento del perfil hacia el enfoque de competencia, medido por los resultados del desempeño.

Otra de las barreras principales es la falta de transparencia en el gasto de los ingresos generados. El INC, señaló un asistente, ha formulado una propuesta de distribución 90-10 a su favor y en detrimento de las municipalidades, cuando el acuerdo original había sido totalmente otro.

El grupo aceptó la propuesta de uno de los participantes en el sentido de constituir una Unidad de Gestión y Manejo del Patrimonio, con un Eje Técnico, un Comité Participativo-Fiscalizador y una Gerencia única y consensuada.

Los participantes empresariales comprometieron su participación en un proceso transparente porque “si el empresario no se involucra en el objeto de la actividad que realiza, la propia actividad se vuelve adversa a él”. El empresario privado no debe asustarse de la responsabilidad que tiene que asumir.

- Boleto turístico

Con relación al boleto turístico, se ratificó que debe distribuirse con equidad, priorizando su aplicación al desarrollo del producto turístico Nasca (que incluye la conservación de los principales atractivos que lo integran) y que tiene que ser manejado por una estructura autónoma y participativa.

- Otras sugerencias

El grupo consideró principal priorizar los siguientes asuntos:

- a. Medir el impacto del sobrevuelo, que fue definido como una “actividad antimedioambiental” por uno de los concurrentes y establecer así mismo las compensaciones correspondientes.
- b. Medir el impacto de la minería y establecer las compensaciones correspondientes.
- c. Medir el proceso de desertificación, determinar sus causas y establecer las compensaciones correspondientes.
- d. Medir la contaminación de los automotores (desechos, plásticos, letrina pública) y establecer las compensaciones correspondientes.
- e. Actualizar y restituir la vigencia del Plan Chaucato (desviación de la Panamericana).
- f. Desarrollar una estrategia orientada hacia el turismo místico.
- g. Definir el impacto de la autopista Ica-Nasca y del gasoducto y establecer las correspondientes medidas de mitigación y compensación.

## **Conclusiones**

- Existe entre los actores turísticos una elevada valoración patrimonial y turística de los Geoglifos de las Pampas de Nasca y Jumana.
- Los geoglifos son considerados el atractivo turístico insignia del destino, consideración certificada por su declaratoria como Patrimonio Mundial.
- Los geoglifos son definidos como un atractivo de doble significación: en primer lugar, cultural y, en segundo lugar, místico, aunque este último concepto está escasamente desarrollado.
- Los geoglifos son asumidos como “responsabilidad de todos” aunque existe plena conciencia de que dicha responsabilidad no es debidamente asumida, en la práctica, por las instituciones responsables ni por la población.
- Los geoglifos no están adecuadamente protegidos, ni siquiera delimitados plenamente, y la recaudación que motivan no se aplica a dicha protección.
- Las municipalidades no respetan las facultades que la Ley 28296 otorga al INC y los proveedores usuarios se niegan a pagar lo indicado en el TUPA.
- Debe determinarse con precisión el impacto negativo que provocan las actividades de los pobladores que utilizan las pampas para su desplazamiento y los sobrevuelos a las Líneas.
- Debe contratarse a personal competente, en suficiente cantidad, para la vigilancia del área patrimonial.
- Debe reglamentarse el usufructo de las Líneas y propiciar la inclusión de la población local en su aprovechamiento sostenible.
- Debe normalizarse el uso del espacio aéreo de Nasca con base en la iniciativa planteada por la Municipalidad Provincial de Nasca, la Cámara de Turismo de Nasca y la Dirección General de Aviación Civil.
- Es necesario conocer transparentemente la aplicación que se brinda a los recursos recaudados por la Municipalidad Provincial de Nasca y la Municipalidad Distrital de Vista Alegre.
- No es conveniente proponer nuevos miradores puesto que ellos promoverían la visita pedestre al territorio de las Líneas, que es la práctica turística más agresiva.
- Debe promoverse la sensibilización y desarrollo de la conciencia patrimonial y turística en las instituciones involucradas y, especialmente, en la población escolar.
- Las instituciones líderes deben promover una alianza de largo plazo para la conservación y uso social sostenible de los geoglifos.
- Debe evitarse cualquier asomo de superposición institucional porque provocaría incapacidad de gestión duradera de los geoglifos y otros atractivos patrimoniales asociados.
- Es necesario avanzar hacia la construcción de un macroproducto turístico Nasca, a partir de los geoglifos. A corto plazo, este macroproducto deberá estar compuesto por Cahuachi, el Planetario María Reiche, San Fernando y las dunas Cerro Blanco y Cerro La Marcha.
- No hay que descuidar una estrategia de integración de Palpa a este macroproducto, así como la inclusión de otros atractivos de menor jerarquía.
- Existe un conjunto de prioridades indispensables para la construcción de este macroproducto: conectividad aérea, mejoramiento urbano, desarrollo de la planta turística y elevación de la calidad del servicio.
- La gestión del macroproducto turístico Nasca deberá estar a cargo de una Alianza Público-Privada, que puede adoptar la forma de una Organización de Gestión de Destino (OGD). Esta modalidad de gestión se puede definir como

una Unidad de Gestión y Manejo del Patrimonio, con un Eje Técnico, un Comité Participativo-Fiscalizador y una Gerencia única y consensuada.

- La viabilidad de una organización de este tipo depende de enfrentar con éxito dos barreras muy significativas: la burocracia y centralización de los organismos públicos (específicamente el INC y las municipalidades) y la falta de transparencia en el manejo de los recursos generados por el uso turístico del patrimonio.
- Un elemento principal de la construcción de la confianza mutua, que es la base de esta gestión participativa, es el respeto a los acuerdos que se adopten.
- A este respecto, es fundamental viabilizar el Boleto Turístico de Nasca y una distribución equitativa de los recursos que genere, priorizando su aplicación al desarrollo del producto turístico Nasca (que incluye la conservación de los principales atractivos que lo integran) y que tiene que ser manejado por una estructura autónoma y participativa.
- Debe medirse el impacto negativo del sobrevuelo, de la contaminación de los automotores (incluyendo los desechos que genera), de la minería, del proceso de desertificación y establecer las compensaciones correspondientes.
- Debe actualizarse y restituirse la vigencia del Plan Chaucato (desviación de la Panamericana).
- Debe definirse ex ante el impacto negativo de la autopista Ica-Nasca y del gasoducto y establecer las correspondientes medidas de mitigación y compensación.

## **5.2 ANÁLISIS FODA DE TURISMO**

El presente ejercicio FODA se realizó en el marco de los talleres de trabajo organizados para la elaboración del Plan de Acción Turística de Nasca (2009). Este sirve de referencia para el diseño de los programas.

## 1. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reciente conformación del Ente Gestor Nasca, espacio de coordinación público–privada para desarrollar el destino turístico.</li> <li>• Liderazgo de DIRCETUR Ica en la consolidación del Ente Gestor con el apoyo de la Municipalidad Provincial de Nasca y la Cámara de Turismo de Nasca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de planes de ordenamiento territorial que determinen la ocupación y usos del suelo en función de los recursos y potencialidades turísticas de cada destino.</li> <li>• Municipios muestran una falta de conocimientos o asesoría en temas técnicos. Los casos más visibles son los de turismo, urbanismo y transportes.</li> <li>• Insuficiente compromiso de grupo y coordinación entre los agentes de la oferta turística que permita que las acciones a efectuarse coincidan con las necesidades del destino.</li> <li>• Insuficiente representatividad del sector privado por parte de los gremios turísticos existentes.</li> <li>• Desconocimiento general por parte de la población y el sector privado de las funciones y competencias de las instituciones públicas en materia de turismo.</li> <li>• Los recursos económicos asignados a la región Ica para desarrollar el sector turístico son insuficientes lo cual se manifiesta en una débil capacidad de gestión.</li> <li>• Poca importancia e insuficientes recursos humanos y económicos asignados a la gestión del turismo por parte de la Municipalidad de Provincial de Nasca.</li> <li>• Deficiencias en la educación técnica y superior para el sector turismo en temas de planificación y gestión de destinos.</li> <li>• Carencia de estadísticas que permitan evaluar la contribución del turismo al desarrollo económico de la región, actualmente fragmentada y dispersa en el territorio lo cual ocasiona un manejo inadecuado de la información.</li> <li>• Falta de integración de iniciativas de cooperación internacional en la conservación, recuperación y puesta en valor del patrimonio cultural en el destino. No están consensuadas con todo el sector privado y público de Nasca, en consecuencia no van con los objetivos del destino.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conclusión del PENTUR y establecimiento de un modelo de desarrollo para los destinos turísticos.</li> <li>• Priorización del destino turístico Nasca por parte del MINCETUR para desarrollarlo a través del Plan de Acción 2009-2010.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de dirección de las inversiones privadas en un mayor beneficio social (consolidación de cadenas productivas).</li> </ul>

## 2. TERRITORIO Y DESTINO

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Designación de las Líneas de Nasca como Primera Maravilla del Perú.</li> <li>• Accesibilidad a algunos atractivos turísticos desde Nasca por su cercanía con la Carretera Panamericana Sur (algunas vías se desarrollan en función de los recursos turísticos del país).</li> <li>• Aumento de frecuencias (itinerarios terrestres) en la ruta Lima/Paracas/Nasca en empresas de transporte turístico.</li> <li>• Ubicación del destino Nasca dentro del circuito sur, el más demandado por el turista extranjero.</li> <li>• La población conserva técnicas y tradiciones que han permitido que la artesanía tenga un reconocimiento de autenticidad a nivel regional y nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitación en la operatividad y seguridad del aeródromo.</li> <li>• Aumento de la inseguridad ciudadana (delincuencia común) y contaminación ambiental y sonora (ruido).</li> <li>• Ausencia de la Policía Turística</li> <li>• Ausencia de un terminal terrestre adecuado y con los servicios mínimos para el turista.</li> <li>• Ausencia de coordinación entre el MINCETUR, la DGAC y la Municipalidad Distrital de Vista Alegre para mejorar la seguridad del servicio de sobrevuelos en Nasca.</li> <li>• No se conoce la retribución de los fondos que produce el pago del TUUA en el aeródromo para mejorar la infraestructura o ayudar a conservar las Líneas de Nasca, insumo principal de los sobrevuelo.</li> <li>• Imposibilidad de conectividad aérea en ruta comercial desde Lima hacia Nasca para continuar con Cusco o Arequipa. Esta ruta se cubre sólo a través de transporte terrestre (dura 8 horas). Necesidad de un aeropuerto comercial en Nasca.</li> <li>• Falta de un control eficaz para la protección del patrimonio natural y cultural de la provincia de Nasca. Incumplimiento del marco legal específico para el resguardo y protección del patrimonio natural y cultural de la provincia de Nasca.</li> <li>• Contaminación (desagüe, lagunas de oxidación) y depredación en la provincia de Nasca.</li> <li>• Falta de sensibilización ambiental a la sociedad civil.</li> <li>• Ausencia de conocimiento y aplicación de medidas correctivas para minimizar los impactos negativos generados por la actividad turística. (sociales, económicos y ambientales).</li> <li>• Insuficiente beneficio social para los pobladores a partir del desarrollo del turismo.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocimiento de la UNESCO hacia las Líneas de Nasca como Patrimonio Cultural de la Humanidad.</li> <li>• Potencialidad de Nasca de atraer turistas especializados en cultura y atraídos por el circuito sur, debido a su riqueza cultural y arqueológica. Naturaleza (San Fernando y Bosques de Huarango).</li> <li>• Mayor interés a nivel nacional por promover la conservación cultural y natural a través del turismo.</li> <li>• Mayor presencia de MINCETUR para apoyar el financiamiento de proyectos de inversión pública a nivel nacional, especialmente en las zonas priorizadas como es el caso de Nasca.</li> <li>• Mayor inversión en infraestructura vial y de servicios básicos por las diferentes entidades gubernamentales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de normas ambientales en el sector turístico en Nasca.</li> <li>• Numerosos recursos históricos y arqueológicos de la provincia de Nasca se encuentran desprotegidos, lo que genera un importante riesgo en la pérdida de patrimonio. (Líneas de Nasca, Cementerio de Chanchilla, Acueductos de Cantalloc, Líneas de Palpa)</li> </ul>

### 3. PRODUCTO

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de operadores turísticos y agencias de viajes dentro de la estructura de mercado en el destino Nasca.</li> <li>• Gran variedad y calidad de recursos turísticos (naturales, culturales y paisajísticos) con condiciones para captar distintos mercados (ej. Turista extranjero, turista nacional, Nichos de mercado con intereses especiales).</li> <li>• Existen instituciones educativas (universidades e institutos, entre otros) con especialidades en hotelería y turismo que están trabajando por el desarrollo turístico de Nasca (Ente Gestor - CETPRO)</li> <li>• Las Líneas de Nasca es un icono turístico reconocido mundialmente por su declaración como Patrimonio Cultural de la Humanidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de coordinación para la puesta en acción de un control de calidad y del cumplimiento de las normas por parte de los proveedores de los servicios ofrecidos a los turistas (INDECOP, Fiscalía, Sunat, Policía de turismo, etc.).</li> <li>• Desconocimiento general de la legislación y procesos relacionados con el funcionamiento de empresas privadas proveedoras de servicios turísticos.</li> <li>• Temor a la profesionalización por parte de las pequeñas empresas turísticas en materia de dirección y gestión empresarial. Consecuente deficiencia en la calidad de los servicios prestados por los operadores turísticos.</li> <li>• Señalización turística y servicios básicos de los principales atractivos turísticos es deficiente e insuficiente.</li> <li>• Inexistencia de un mapa turístico consensuado y estándar que permita una mejor presentación del destino al turista.</li> <li>• Falta de mano de obra calificada capaz de adecuarse a las necesidades del sector turístico. Insuficiente preparación en temas de gestión turística a los estudiantes de hotelería así como una baja preparación de los guías.</li> <li>• Escasa presencia de centros de interpretación de calidad en principales atractivos turísticos.</li> <li>• Falta de conocimiento real sobre las necesidades del mercado.</li> <li>• Falta de una estrategia para la diversificación del producto turístico Nasca. Dar mayor fuerza al turismo de aventura en el desierto, complementar con productos de artesanía, gastronomía, etc.</li> <li>• Ausencia de una oficina de Información al turista Perú la posibilidad de presentar reclamos a INDECOP a través de esta.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creciente interés de inversión privada nacional e internacional.</li> <li>• Sector atractivo como generador de empleos a nivel local para un conjunto de la población joven y capacitada.</li> <li>• Iniciativas de entidades de cooperación para el desarrollo de productos turísticos en Corredor Nasca-Cusco.</li> <li>• Creación de Ente Gestor coordinado por el sector público y privado para el desarrollo del destino Nasca.</li> <li>• Mayor inversión en la puesta en valor y acondicionamiento de los espacios turísticos del (accesos, estacionamientos, centro de visitas, etcétera)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexistente conectividad aérea comercial entre Lima y Nasca.</li> <li>• Informalidad en los servicios turísticos: sobrevuelos de líneas e intermediarios informales conocidos como "jaladores".</li> <li>• Pérdida del posicionamiento del aeródromo de Nasca frente a otros de la región para ofrecer el servicio de sobrevuelos.</li> <li>• Situación de inseguridad en el aeródromo Maria Reische</li> <li>• Falta de control por parte del Sernamp y el INC con respecto a la conservación del patrimonio cultural y natural.</li> </ul>

#### 4. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• La Provincia de Nasca es un destino turístico capaz de atraer visitantes sin contar con una estrategia de comunicación promocional (Líneas Patrimonio Cultural de la Humanidad).</li><li>• Existencia de operadores turísticos y agencias de viaje dentro de la estructura de mercado en los destinos más destacados de Nasca.</li><li>• Según los estudios, el grado de satisfacción de los actuales turistas en Nasca es positivo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ausencia de un plan de promoción integral consensuado.</li><li>• Falta de innovación en oferta turística, comercializar otros atractivos turísticos.</li></ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• La construcción de la vía interoceánica permitirá un mayor acceso desde otros lugares del Perú (mercado fronterizo brasileño).</li><li>• Fuerte receptividad de los empresarios a la comercialización directa a través del Internet. Nuevas tecnologías permitirán una reducción de costos en la promoción y comercialización.</li><li>• Creciente interés por parte de los empresarios hacia la promoción turística, lo que se demuestra en mayores acciones comerciales como viajes de familiarización, viajes de prensa y apoyo para la asistencia a ferias nacionales e internacionales.</li><li>• Mejor posicionamiento del Perú en el exterior y mayores recursos para la inversión pública en turismo (Ley del Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional hasta 2013).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• En los años 2008 y 2009 la tendencia de crecimiento del turismo en Nasca se ha contraído. A partir del año 2007 el número de turistas nacionales y extranjeros que realizan sobrevuelos ha disminuido.</li></ul>

#### 5.3 ENCUESTAS A TURISTAS EXTRANJEROS

Para proceder a la fase de formulación de estrategias, se realizó un trabajo de levantamiento de información primaria en el Aeródromo de Nasca, mediante una encuesta que se aplicó a turistas extranjeros, dada la composición de la demanda. Debe mencionarse porque se decidió aplicar en el aeródromo y porque solamente a extranjeros.

En el Anexo 6 se incluye la encuesta (sólo la versión en español) que fue entregada a los visitantes en el aeropuerto de Nasca y el detalle gráfico de los resultados de cada pregunta.

Los resultados del análisis de las encuestas se presentan a continuación:

##### 1. Procedencia de los visitantes

Los visitantes encuestados proceden principalmente de Europa (71%). Los visitantes que proceden de Norteamérica (15%) y de Sudamérica (9,4%) los siguen a muy amplia distancia. En cuanto a la procedencia por países, la mayor parte declaró venir de Inglaterra (28), Holanda (22), España (13) y Estados Unidos (12). Es importante mencionar la fecha en que se realizó la encuesta, esto puede explicar porque pueden haber habido más europeos. Esto no me parece relevante ya que se tienen los datos de los perfiles demográficos en la sección anterior.

## **2. Frecuencia de la visita**

La totalidad de los entrevistados señaló que era la primera vez que visitaba Nasca. Esta información demuestra que actualmente existe un interés único de visita, sin aparente vocación por la reiteración.

## **3. Grupo de viaje**

La mayor parte de los visitantes encuestados viajó en grupo de amigos (42,7%). A continuación, en porcentajes similares, se ubican los que viajaron solos (27,6%) y con pareja (25,2%).

## **4. Modalidad de viaje**

La mayor parte de los entrevistados contrató su visita desde el propio mercado emisor (41,7%), otro grupo importante realizó una visita totalmente independiente (29,9%). Un tercer grupo contrató el sobrevuelo en Nasca (20,5%) y muy pocos mediante una agencia de Lima (7,1%).

Esta distribución es bastante diferente a la que se encuentra con los visitantes a otros destinos, como al norte del país, en que predomina el viaje independiente y una mayor contratación de servicios locales. Es probable que la información levantada revele un relativo nivel de desconfianza en la operación local del sobrevuelo.

## **5. Motivación de la visita**

9 de cada 10 turistas encuestados expresó una motivación cultural para su visita y sólo el 7,1% le atribuyó una motivación esotérica.

## **6. Nivel de expectativa y nivel de realización**

Los visitantes entrevistados llegaron a las Líneas de Nasca con una expectativa media de 8 sobre 10, sin mayor diferencia según el sexo. A pesar de la alta expectativa, el nivel medio de realización fue significativamente mayor (9 sobre 10) sin que tampoco se pueda apreciar diferencias importantes por sexo.

## **7. Nivel de satisfacción con el vuelo**

En una escala de 0 a 5, el nivel de satisfacción general con el sobrevuelo de observación fue de 4,5. Descompuesta en sus elementos, aparte del valor propio de la observación de las Líneas, esta satisfacción se concentró principalmente en el manejo del piloto, la seguridad, la calidad del servicio y el trato recibido. Los aspectos menos positivos se relacionaron a las reservas, los horarios, la condición del avión y la higiene/limpieza del mismo.

## **8. Observación desde el mirador**

Preguntados los visitantes sobre si tuvieron la oportunidad de subir al mirador, sólo la quinta parte reconoció haberlo hecho.

## **9. Nivel de satisfacción con el mirador**

El nivel de satisfacción con la observación desde el mirador es muy bajo con relación al sobrevuelo y esta percepción se expresa en una relativa baja calificación de la estructura, la altura, la comodidad, la higiene/limpieza y la seguridad. Sin embargo, el valor perceptual más bajo se asigna a la información brindada.

#### **10. Satisfacción con el precio pagado**

Con relación al precio pagado el 85% de los entrevistados opinó que valió la pena haber gastado US \$ 50 en el sobrevuelo y sólo el 10% lo consideró caro.

#### **11. Valor de las Líneas como destino turístico**

Los visitantes encuestados asignaron un valor global de 9 sobre 10 a las Líneas de Nasca, sin diferencia significativa por sexo.

#### **12. Actitud ante el posible reemplazo del mirador actual**

Ante la pregunta de si estaría de acuerdo con reemplazar el mirador actual, el 42,5% de los entrevistados manifestó su conformidad, el 18,1% expresó indiferencia ante el tema y sólo el 4,7% se opuso. No obstante ello, hay que considerar que un alto 34,6% prefirió no expresar opinión.

#### **13. Visita a otros atractivos**

Ante la interrogante de si visitó otros atractivos en Nasca, sólo el 36% señaló que sí lo hizo. Esta información ratifica que, actualmente, Nasca es un monodestino que se sustenta fundamentalmente en la observación de las Líneas de Nasca.

#### **14. Atractivos más visitados**

Para los visitantes que sí visitaron otros atractivos, los más importantes fueron los Acueductos (de Cantalloc) y el Cementerio de Chauchilla, ambos por encima del 30%, pero considerando que la base muestral es sólo el 36% del total, estamos hablando en realidad de que aproximadamente el 10% de los entrevistados visitó esos dos atractivos complementarios.

#### **15. Nivel de satisfacción con la visita a Nasca**

Los entrevistados se declararon satisfechos (48%) y totalmente satisfechos (40,2%) con su experiencia de visita a Nasca. Este porcentaje, si bien es técnicamente, muy alto, debe ser relativizado por el hecho de que un solo atractivo concentra lo esencial de dicha experiencia y de dicha satisfacción, en consecuencia.

#### **16. Gasto medio según sexo**

La media de gasto de los varones en Nasca es de US \$ 107,32 y el de las mujeres es de US \$ 126,82, para una media total de US \$ 115,90. La diferencia estadística por sexo es significativa.

De utilizarse el valor promedio, el gasto de los hombres en visita a Nasca es de US \$ 102,21 y el de las mujeres es de US \$ 110,28, para un gasto promedio del visitante a Nasca de US \$ 106,33.

#### **17. Grado de instrucción de los visitantes**

El grado de instrucción declarado por los visitantes a Nasca es principalmente superior, distribuido en grado técnico (22,8%), grado universitario (34,6%), postgrado (14,2%), maestría (7,9%) y doctorado (5,5%), para un total porcentual de 85%.

En consecuencia, se trata de un visitante formado e informado, que demanda una mejor información e interpretación patrimonial, tal como consta en el desarrollo de la encuesta.

#### **18. Ocupación actual de los visitantes**

Si bien el empleo actual de los visitantes entrevistados tiene un alto nivel de dispersión, sí es perceptible que más del 68% está constituido por diversos tipos de profesional vinculado a la empresa, como empleados, técnicos, ejecutivos y altos funcionarios, lo que es consistente con su formación académica.

#### **19. Ingreso en dólares de los visitantes**

Es igualmente consistente que el ingreso de casi la mitad de los turistas entrevistados se concentre en la franja entre los 40 mil y 60 mil dólares anuales. Otro 22% supera ampliamente este rango.

#### **20. Edad de los visitantes**

Del mismo modo es coherente con la data anterior, que casi el 60% de los visitantes que visitan Nasca se ubique en la franja etárea de 25 a 44 años, y que el 40% de los turistas estén en los rangos de 45 a 54 y de más de 54 años.

## CAPITULO V. VISION DEL TURISMO. POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS DE ACCIÓN PARA EL AÑO 2020.

En función a lo planteado en los talleres participativos realizados durante la elaboración del presente plan de Manejo, en el grupo de turismo se obtuvo la siguiente visión del turismo en Nasca y Palpa para un horizonte de 10 años.

### VISION DEL TURISMO EN NASCA Y PALPA 2010 - 2020

“En el 2020 el área del Plan de Manejo (Nasca y Palpa) se ha consolidado como uno de los lugares líderes del turismo en el Perú, siendo un modelo de gestión turística sostenible en un territorio patrimonial de significación mundial y su propósito (objetivo específico) que ha alcanzado un crecimiento sostenido del ingreso turístico en su territorio, asegurando la conservación de su patrimonio y la transferencia de beneficios a la población local, a través de la generación de empleo neto y de renta indirecta en servicios básicos”.

### 6.1 POLÍTICAS

La implementación planificada de la actividad turística en el área debe regirse por un conjunto de criterios y lineamientos. Estos constituyen las pautas básicas que orientan y ordenan la implementación de la actividad y rigen el modelo a seguir en concordancia con los objetivos del turismo sostenible y a la legislación y normas vigentes. La actividad turística se desarrollará siguiendo los principios del turismo sostenible, en concordancia con las otras líneas de acción del presente plan. Las políticas que deberán ser tomadas en cuenta son:

POLÍTICAS	CONSIDERACIONES
Involucramiento de los actores locales	La actividad turística debe asegurar la participación de la población local y de todos los actores locales envueltos en la actividad turística, otorgando oportunidad a los habitantes locales para participar en actividades de valoración y conservación de su propio medio ambiente.
Concordancia social Interpretación y Sensibilización	Buscar la integración de la actividad turística con el entorno social y cultural de los residentes locales. El mensaje y contenido informativos e interpretativo favorecen un comportamiento responsable por parte del visitante hacia el patrimonio cultural y la naturaleza, así como una sinergia que enriquezca la relación entre visitantes y lugareños
Organización y Ordenamiento Infraestructura y equipamiento Beneficios económicos	Ordenar y adecuar las visitas a fin de de minimizar el impacto que generan. Su implementación debe de ser armoniosa con el medio natural y con mínimo impacto ambiental. Los beneficios económicos generados benefician a las poblaciones y gobiernos locales, así como a los sitios patrimoniales, áreas naturales y otros atractivos turísticos.
Calidad	La actividad debe asegurar la calidad de los servicios, facilidades, infraestructura y equipamientos ofertados y prestados a fin de garantizar un adecuado desarrollo de la actividad turística.

## **6.2 LINEAMIENTOS DE ACCIÓN**

A continuación se presentan los siguientes lineamientos de acción, que contribuirán al desarrollo del turismo sostenible en el ámbito territorial del presente plan.

### ***Relativos a la gestión de servicios turísticos***

La Unidad de Gestión será responsable de liderar y supervisar la orientación, planificación la actividad turística y recreativa, estimulando la participación de la población local y la empresa privada en la planificación y operación de esta actividad, ya sea en forma directa con proyectos de desarrollo a través del presupuesto participativo u otros mecanismos o través de incentivos.

La Unidad de Gestión concordará con los diversos actores de la actividad turística a fin de definir el rol cumplen cada uno de ellos, así como sus obligaciones.

### ***Relativos a la infraestructura y equipamiento***

Las especificaciones arquitectónicas y técnicas de la infraestructura y equipamiento necesario para el desarrollo de la actividad turística, deberá integrar el eficiente manejo de cada una de las variables ambientales a ser consideradas para minimizar el impacto en el ambiente y en el entorno cultural.

### ***Relativos al transporte y a los desplazamientos***

La Unidad de Gestión, conjuntamente con los Municipios, establecerá las especificaciones sobre las características y requisitos que deberán cumplir los vehículos y otros medios de transporte utilizados para el desarrollo de la actividad turística en los diversos atractivos turísticos.

### ***Relativos a la interpretación turística y la información***

El mensaje y contenido informativos e interpretativos han de favorecer un mejor conocimiento de las culturas del lugar y un comportamiento responsable por parte del visitante, así como una sinergia que enriquezca la relación entre visitantes y lugareños.

Se pondrá énfasis en la elaboración de materiales de interpretación simples pero completos, dirigidos a diferentes públicos. Estos materiales deben facilitar el entendimiento de la historia, cultura y naturaleza del distrito, así como la valoración del patrimonio turístico

### ***Relativos a los guías y a promotores locales de turismo***

Dentro de los tipos de servicios de acompañamiento para los visitantes, el aspecto de guiado es uno de los considerados como prioritarios, la presencia y acompañamiento de los visitantes por guías debidamente reconocidos, capacitados y especializados se considera fundamental para lograr los objetivos del turismo sostenible en el área, así como para la seguridad de los visitantes.

### ***Relativos a la conducta y seguridad de los visitantes***

La Unidad de Gestión deberá establecer los procedimientos, desenvolvimiento y las responsabilidades que tiene el visitante con la experiencia turística en los atractivos,

a fin de brindar a los visitantes una experiencia recreativa y educativa, con la adecuada seguridad.

***Relativas a la regulación y seguimiento de actividades***

La Unidad de Gestión concordará con los demás actores de la actividad las directrices de tipo administrativo, que definan los instrumentos para efectuar un eficiente y práctico monitoreo y control del desarrollo de la actividad turística, con la finalidad de prever y manejar efectivamente los impactos negativos de la visitación, así como para recabar las estadísticas sobre la actividad que puedan proveer información para guiar e desarrollo de la misma.

***Relativas a la promoción e imagen y coordinación administrativa***

La actividad turística será desarrollada en un marco de trabajo articulado y concertado entre todos los agentes involucrados (sector gobierno, poblaciones locales, organizaciones y empresas privadas y sector académico), creando sinergias para proveer una mejor experiencia a los visitantes pero sin descuidar el beneficio local y la conservación de los recursos del área.

***Relativas a la coordinación administrativa***

El Comité de Gestión buscará diferentes mecanismos de coordinación con las entidades relacionadas con las actividades turísticas en el ámbito provincial y regional y promocionará una imagen institucional; también liderará una estrategia de mercadeo y promoción coordinada, en que se integren los objetivos y anhelos de los distintos actores involucrados.

## **CAPITULO VI. PROGRAMAS**

Entre los elementos del uso público que se da en el territorio de Nasca y Palpa (turismo, investigación y educación patrimonial), es notorio el hecho que el uso turístico es la principal modalidad de dicho uso y probablemente seguirá siéndolo durante el horizonte temporal del Plan de Manejo de las Líneas de Nasca y Pampas de Jumana. El desarrollo sostenible de la actividad turística es fundamental para la conservación y gestión del territorio y su patrimonio natural y cultural.

Es necesario desarrollar la planificación y gestión en cuanto al uso público en el área geográfica del Plan de Manejo, a fin de implementar acciones basadas en programas sustentados en información precisa sobre las posibilidades de uso turístico y recreativo actual y potencial, en armonía con los objetivos de conservación del patrimonio arqueológico, cultural y natural presente. Teniendo como sustento el diagnóstico presentado en los capítulos anteriores, se han identificado los siguientes programas, subprogramas y proyectos que se presentan a continuación.

La finalidad de la intervención en el uso público del Plan de Manejo es establecer un modelo de gestión sostenible en un territorio patrimonial de significación mundial y su propósito es alcanzar un crecimiento sostenido del ingreso turístico en el territorio Nasca y Palpa, que asegure la conservación del patrimonio del territorio y la transferencia de beneficios a la población local, a través de la generación de empleo neto y de renta indirecta en servicios básicos.

En la estructura del Plan de Manejo, el Uso Público es un campo que integra cinco programas: i) Programa de acondicionamiento para el uso público de sitios arqueológicos, históricos y paleontológicos; ii) Programa de Interpretación Patrimonial; iii) Programa de Mercadeo Turístico; iv) Programa de gestión de destino y v) Monitoreo del Plan. Cada uno de los programas agrupa sus propios perfiles, cuya consistencia lógica y viabilidad es materia del presente documento.

### **7.1 Programa de acondicionamiento para el uso público de sitios arqueológicos, históricos y paleontológicos**

Es necesario habilitar o “poner en valor” los lugares identificados como atractivos turísticos con infraestructura que provea seguridad de acceso al visitante, seguridad para el elemento patrimonial, fomento a la mejor experiencia del visitante, incluyendo la parte interpretativa y de servicios básicos y respeto al entorno cultural presente.

La puesta en valor implica la asignación de importancia, ya sea local, nacional o internacional, desde una serie de puntos de vista: estética, científica, social, política, cultural y económica, entre otras (Mason, 2002: 9). De esta forma la educación debe encargarse de dotar a los recursos locales de importancia, desde el punto de vista de la identidad, de la historia, de la sociedad y otros, exponiendo el turismo planificado y controlado como una alternativa real de aumentar los ingresos para, primero, el cuidado del mismo recurso y, segundo, para la comunidad como un dinamizador de la economía local a largo plazo. Se debe evitar, por ejemplo, el uso de los recursos arqueológicos como piezas para la venta de souvenirs, como ha ocurrido en el pasado en numerosos casos de explotación y comercialización ilegal que hoy se ejerce sobre restos arqueológicos, fósiles y otros elementos de valor patrimonial.

En este sentido, la puesta en valor para el turismo cultural y arqueológico debe ser pautada por un arqueólogo o especialista en ciencias patrimoniales, evitando así la asignación de valor puramente económico y, además, conservando la línea científica en la educación, evitando de paso la aparición de otros tipos de educación y turismo, como el esotérico o el místico fuera de contexto, que normalmente conlleva la destrucción histórica y física de los recursos, al asignar valores espirituales occidentales, en especial a los sitios y recursos que en algún momento tuvieron un valor similar para la cultura local.

No se debe confundir la generación de recursos económicos con la importancia del sitio: el valor económico, como se dijo anteriormente, es tan solo un tipo de valorización; para un arqueólogo la importancia vendrá determinada por una serie de factores según contexto, integridad y representatividad. Para la comunidad local normalmente se habla de los antepasados, pero desde el punto de vista del turismo, en la elaboración de planes de gestión y puesta en valor debe considerarse la generación de beneficios monetarios para las empresas y la comunidad y consecuentemente para la conservación del recurso. De esta forma, la importancia turística tiene relación con la capacidad de atracción de turistas y de movimiento de dinero.

Se afirma, entonces, que no tiene sentido alguno la puesta en valor del recurso arqueológico sin la educación que asigne valor al mismo; en el caso del turismo arqueológico el planteamiento de la posible explotación de un recurso debe venir de la mano de la educación formal y de la educación turística que proteja los intereses de locales y cautive a los visitantes.

Este programa busca atender todos los aspectos relacionados con la infraestructura básica necesaria para el óptimo desarrollo del destino turístico, la conservación de los recursos culturales y naturales, la regulación y ordenación turística del territorio.

Se reconoce la importancia de habilitar y mantener en buen estado la infraestructura y facilidades existentes dentro y en la periferia de los atractivos turísticos disponibles en el área, ya sean arqueológicos, históricos, paleontológicos o naturales, o una combinación de estos, para favorecer una mejor experiencia de los visitantes. Esta infraestructura no sólo debe favorecer la recreación sino privilegiar la educación e interpretación ambiental.

Asimismo, se reconoce la necesidad de habilitar infraestructura con fines turísticos en forma articulada con el espacio geográfico, para complementar la existente e incrementar la oferta de servicios en todo el territorio. La mejora de la infraestructura y el equipamiento debe ser considerada además prioritaria, pues se ha de traducir en nuevas oportunidades de generación de ingresos.

### **Recomendaciones**

- Garantizar el mantenimiento de la infraestructura para información y atención al visitante.
- Diseñar y construir un sistema de caminos pedestres, incluyendo señales, miradores, refugios y otras facilidades para favorecer la observación de los elementos distintivos de los lugares.

- Fortalecer el sistema de señalización en Nasca y Palpa optimizando el uso de rótulos en la cantidad apropiada y en sitios clave para el uso turístico y recreativo.
- Construcción e implementación de centros de visitantes cuyo objetivo principal sea la difusión e interpretación de los valores...
- Elaborar y aprobar ordenanza municipal regulando el tipo de arquitectura que debe usarse en las zonas de uso turístico, a fin de preservar los estilos de construcción tradicionales.

### **Objetivo General del Programa**

Apoyar el desarrollo de la actividad turística sostenible en el área mediante la habilitación de infraestructura, facilidades y equipamientos adecuados y de calidad.

### **Proyectos**

- a) Puesta en valor de sitios arqueológicos e históricos en el Valle de El Ingenio, distrito El Ingenio. Componentes San José - San Javier.
- b) Puesta en valor de sitios arqueológicos e históricos en el Valle del Río Grande Medio, distrito Changuillo.
- c) Puesta en valor de sitios arqueológicos en el Valle de Nasca, distrito Nasca. Componente: Estaquería - Pueblo Viejo - Paredones.
- d) Puesta en valor de sitios arqueológicos en el Valle Tierras Blancas, distritos Nasca y Vista Alegre. Componente: Chauchilla.
- e) Puesta en valor de sitios arqueológicos en el Valle del Río Grande, distrito de Lipata.
- f) Puesta en valor de sitios paleontológicos en San Fernando.

En las fichas elaboradas para cada uno de estos sitios se describen las acciones planteadas para cada lugar.

## **7.2 Programa de Interpretación patrimonial**

Un tema esencial en la experiencia del visitante es la interpretación. Interpretar significa básicamente transmitir un conocimiento sobre el patrimonio al público en general e involucrarlo mediante el contacto directo con el patrimonio. Esto da un valor agregado a cualquier destino y atractivo turístico y consigue involucrar al visitante en la conservación del recurso. Para el caso de los sitios arqueológicos y otros atractivos culturales y naturales, la interpretación suele ser un excelente aliado para el trabajo con la población local y el visitante. A través de ella se contribuye a fortalecer la identidad, el valor y el vínculo de la población local con el patrimonio, se ofrece una visita más atractiva y se fomenta el interés por la conservación.

La interpretación es una herramienta muy importante para conjugar los intereses de diversos sectores vinculados a un área cultural y/o natural. Por un lado, de parte del turismo y del público en general hay una demanda por "...el uso recreativo de los espacios con un valor patrimonial" (cultural y natural)" y por aprender algo sobre

éstos en su visita (Morales: 1998). Para los gestores del área, la interpretación permite dar a conocer el patrimonio, contribuye a su conservación y mejora la imagen de la institución encargada. Por otra parte, existen instituciones preocupadas porque la población local se identifique con su patrimonio y que no se pierdan costumbres ancestrales como consecuencia de la globalización. Bajo esta perspectiva, la interpretación permite a la población local comprender mejor el significado de su patrimonio y les abre posibilidades laborales como intérpretes.

Este tema es un elemento pendiente en la gran mayoría de los lugares arqueológicos en Nasca y Palpa. Si bien existen museos urbanos que cumplen en parte con la exposición de información sobre la cultura Nasca, en los sitios arqueológicos existe una llamativa carencia de medios interpretativos para el público, que se acentúa por la limitada disposición de guías en dichos lugares. Debe considerarse un programa de interpretación patrimonial que contribuya a la adecuada experiencia de los visitantes no solo de las líneas sino de los otros sitios arqueológicos del lugar.

Es recomendable la elaboración de materiales de interpretación simples pero completos, dirigidos a diferentes públicos. Se puede partir de la elaboración de un material base, como un manual general, para luego proceder a la elaboración de materiales más puntuales, sobre cada zona de uso turístico. Estos materiales deben facilitar el entendimiento de los objetivos del área.

Adicionalmente, se podrán elaborar materiales de apoyo para la interpretación de cada uno de los atractivos arqueológicos así como de otros atractivos y actividades que pueden desarrollarse en la localidad. Estos materiales pueden diseñarse y producirse de manera tal, que faciliten su uso continuo y su posible venta al público.

Otro elemento importante en la interpretación es el guiado, que debe ser hecho bajo guiones estándar acogidos por los guías.

### ***Recomendaciones***

- ***Para la Torre/Mirador***

Existe mucha discrepancia acerca de la mejor opción que puede ofrecerse para poder observar algunas líneas y geoglifos sin tener que abordar avionetas. En la actualidad existe un mirador de 12 metros de altura, hecho en metal, construido en la década del 1970 – 1980. Esta estructura ya muestra signos de deterioro y se ha discutido mucho sobre la conveniencia de reemplazarlo. En base a visitas de prospección previa y numerosas consultas, se recomienda que la ubicación de una nueva torre mirador se mantenga en el mismo lugar donde está actualmente. Se recomienda trabajar en la habilitación de un estacionamiento en la parte opuesta a la torre y que por medio de un paso subterráneo se acceda a dicha torre, para evitar los riesgos del tráfico de la carretera Panamericana Sur. Asimismo, se recomienda que la altura de la torre mirador no exceda los 20 metros de altura, pues a esa altura se podrán apreciar claramente los geoglifos contiguos, mientras que a una mayor altura sólo se podrá apreciar una vista panorámica de las pampas, mas no otros geoglifos. Se recomienda que la torre cuente con boletería (considerando que muchos visitantes que no han tomado paquete turístico se interesan en visitarla), señalización turística, servicios higiénicos, seguridad y una tienda de souvenirs.

Actualmente el Plan COPESCO está preparando un proyecto a nivel de perfil para la utilización del espacio de la torre actual para hacer un nuevo mirador. Se

recomienda que dicho proyecto sea concertado permanentemente con el Ministerio de Cultura.

- **Para el Museo Nacional de Nasca y Palpa**

Una de las opciones más difundidas para colaborar con el fortalecimiento de la identidad regional y con el patrimonio, la generación del conocimiento de la cultura Nasca y la promoción turística es la de contar con un Museo de alto nivel en el ámbito del territorio del proyecto. Se sugiere que este esté ubicado en la ciudad de Nasca o Palpa, por ser las ciudades de más fácil acceso y contar con facilidades de seguridad y otros servicios adecuados. Este Museo debería contar con los siguientes elementos:

1. Museo de categoría nacional (por tratarse de un sitio del patrimonio mundial)
2. Debe tener:
  - a. un área expositiva del ámbito geográfico y ecológico del territorio
  - b. un área expositiva de todo el proceso histórico de la región Nasca y Palpa, desde la primera ocupación del territorio hasta la llegada de los españoles, en secuencia lógica y coherente con el uso y transformación del territorio;
  - c. un auditorio con proyección 3D de las pampas y geoglifos de Nasca y Palpa: simulador de vuelo, con capacidad para 200 personas. Esta es la área mas importante del museo y deberá ocupar un espacio destacado dentro del local;
  - d. Áreas de investigación (gabinetes de estudios arqueológicos, arquitectónicos, geológicos, materiales culturales, etc. planoteca, lavadero de cerámica, SSHH, etc.), almacenamiento de bienes culturales y museografía (amoblados y equipados),
  - e. Áreas públicas:
    - i. Biblioteca
    - ii. áreas de descanso de visitantes
    - iii. tienda de recuerdos y artesanías locales
    - iv. servicios higiénicos
    - v. cafetería
    - vi. estacionamientos,
    - vii. boletería
    - viii. guardianía
  - f. Área de vigilancia y guardianía que incluye personal las 24 horas, 365 días al año, con equipamiento de vigilancia satelital
3. Contar con un guión museográfico de alta calidad.

- **Para los Centros de Interpretación**

Las características principales de la infraestructura y actividades que debe ofrecer los centros de interpretación para que puedan servir eficazmente a sus fines se presentan brevemente a continuación:

- ✓ Dar la bienvenida: El centro de interpretación será muy probablemente el primer lugar al que lleguen los visitantes interesados en la cultura y naturaleza y será donde reciben la primera información oficial sobre el atractivo. Deben estar conscientes que ya entraron en un lugar especial.
- ✓ Orientar a los visitantes: Su visita permitirá que los visitantes conozcan las clases de cosas que ellos pueden ver y hacer en el atractivo. El Centro de Interpretación debe disponer de mapas, eventuales folletos de autoguiado y otra información acerca de los lugares de visita. También información acerca de otros atractivos que ofrezca el territorio. Debe exhibir un mapa grande de

localización en el contexto regional así como de los puntos de interés turístico, anotando las distancias de los viajes y el tiempo utilizado en vehículo entre las principales localizaciones.

- ✓ Sensibilizar a los visitantes sobre los valores del lugar: ofrecer o exhibir la información explicando las actividades productivas que se desarrollan en el zona, sus características naturales y socioeconómicas mas resaltantes, y como interactúa con los distritos colindantes y como deben conducirse los visitantes para no desarmonizar.
- ✓ Atender las necesidades del visitante: Contar con personal preparado para contestar preguntas sobre diversos temas y además deberá tener un panel con las respuestas de las preguntas más frecuentes, el cual se actualizará regularmente.
- ✓ Interpretar el lugar: Tener folletos, exhibiciones, fotografías, entre otros, de los recursos y atractivos turísticos culturales y naturales del distrito. Estar preparado para contestar preguntas diversas sobre el significado natural y cultural del mismo. El personal deberá estar atento y perceptivo de los intereses que tienen los visitantes, cuando note que ha identificado un interés, ofrecer dar información adicional.

### **Objetivo general del Programa**

Desarrollar un sistema de interpretación del patrimonio presente en el territorio, mediante la combinación de museos, centros de interpretación, miradores y otros recursos interpretativos y educativos, promoviendo un mayor conocimiento del mismo tanto en visitantes como en la población local.

### **Proyectos**

- Museo Nacional Nasca – Palpa

Contar con un Museo que permita el reconocimiento de los pobladores como herederos y portadores de cultura, involucrando a la población en su conducción y generando condiciones para el empoderamiento de los pobladores en el manejo de sus recursos.

- Museos Comunitarios

Contar con un instrumento que permita el reconocimiento de los pobladores como herederos y portadores de cultura, convocando a un equipo de pobladores para la conducción y administración de los museos y favoreciendo el empoderamiento de los pobladores en el manejo de sus recursos.

- Centros de interpretación

Instalar infraestructura y equipamiento en los sitios patrimoniales para brindar a visitantes y pobladores un mejor conocimiento sobre éstos.

- Diseño y construcción de torre – mirador

Contar con una mirador ubicado en las Pampas de Nasca que permita observar una muestra de los geoglifos, que cuente con guiones interpretativos y con instalaciones adecuadas y seguras para la mejor experiencia del visitante.

En las fichas elaboradas para cada uno de estos sitios se describen las acciones planteadas para cada lugar.

### **7.3 Programa de mercadeo turístico**

La formación de un producto turístico en el territorio del Plan (Nasca y Palpa), basado en los Geoglifos de Nasca y Palpa pero complementado por otros recursos que deben desarrollarse, debe incluir diversos elementos: Parte de la formación del producto turístico consistirá en desarrollar circuitos a ser insertos en los paquetes turísticos orientados al destino principal, para lo cual es necesario que el Comité de Gestión, las autoridades locales y la empresa privada inviertan tiempo y esfuerzo en la construcción de un producto local atractivo, fortaleciendo sus diversos componentes, especialmente en accesibilidad, *servicios y equipamientos* y conservación *de los recursos turísticos*.

El territorio posee una serie de opciones que pueden ser capitalizadas para desarrollar de forma creativa un “producto destino”, orientadas a los diferentes segmentos de mercado de visitantes. Esta diversificación de la oferta permitirá por un lado, satisfacer a un mayor número de segmentos de visitantes - los que actualmente difícilmente encuentran productos apropiados; como niños o el adulto mayor, si se habla de turismo convencional; o deportes de aventura - para los cuales no se halla una oferta constante o permanente. Esto último permitirá diversificar los servicios turísticos y con ello la posibilidad de generación de ingresos para los pobladores locales

El producto debe ser la combinación de sus principales potencialidades turísticas,. La progresiva implementación del plan de uso público debe conducir a que el producto Nasca – Palpa alcance un “tamaño crítico” que posibilite y haga viable su puesta en valor en el mercado con posibilidades de éxito, bajo los criterios antes enunciados que implican participación, sostenibilidad, integración intersectorial, rentabilidad económica y social, diferenciación de destino y coordinación administrativa.

Este programa tiene por objeto establecer un vínculo consistente y de largo plazo con los mercados emisores de turismo responsable que se comprometan con la conservación del patrimonio y con la inclusión social y la derrama turística hacia la población anfitriona.

#### ***Recomendaciones***

- ***Para el aumento de la permanencia de visitantes en Nasca y Palpa***

Los atributos que sustentan la importancia de las líneas de Nasca pueden desprenderse de la encuesta de satisfacción del turista extranjero hecho por Promperú en el año 2008, en el que las principales respuestas se refirieron a la contemplación de figuras peculiares de gran extensión, sin comparación en el mundo. Otros atributos mencionados fueron el misterio que significan las líneas y la historia de la cultura que las realizaron. En pocas palabras, el gran imán que atrae visitantes de todo el mundo a esta zona lo constituye el aspecto dominante de historia y arqueología, seguido por el atributo místico.

Sin embargo, el hecho que haya numerosos interesados nacionales y extranjeros de visitar un atractivo que insume poco tiempo para su apreciación (como máximo tres horas) requiere plantear estrategia para incrementar la permanencia de los visitantes

en Nasca y, de ser posible, extenderla a Palpa. Para el efecto es indispensable establecer qué valores agregados pueden permitir ampliar la oferta, en coincidencia con los requerimientos de la demanda. Por ejemplo, los bajos números de visitantes a otros atractivos arqueológicos en el territorio indica la baja promoción de dichos sitios o su escaso atractivo actual; asimismo, la limitada presencia de restaurantes de calidad en el ámbito territorial es un dato revelador, que apunta a establecer que la mayor parte de los visitantes a las Líneas de Nasca (o a las Líneas de Nasca y Palpa) no consume alimentos principales en la misma locación. La estrategia de aumento de la permanencia de visitantes debe tener como meta, en el horizonte temporal el plan, que llegue inicialmente a 1,5 días a los visitantes tanto nacionales y extranjeros.

### **Desarrollo de circuitos**

Tal como se manifestó anteriormente, sólo las líneas de Nasca y Palpa pueden ser considerados como recursos excepcionales y de gran significación para el mercado turístico internacional y nacional, capaces, por sí solos, de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial). Esto es fácilmente comprobable cuando se analiza la permanencia de las visitas extranjeras en los distritos de Nasca y Palpa. Lo más frecuente es que los turistas sólo visiten las líneas mediante sobrevuelos e inmediatamente continúen su viaje a Lima, Ica o al Circuito Sur. Lamentablemente, este nivel de permanencia de visitantes no contribuye a mejorar los ingresos económicos para las empresas y población local, por lo que mediante el presente Plan de Manejo se proponen en un horizonte de cinco años comenzar a poner en valor tres circuitos, dos de patrimonio arqueológico y cultural y uno de patrimonio natural, con la finalidad de aumentar el tiempo de visita de turistas y generar mayores ingresos tanto para las empresas e iniciativas locales, como para los Municipios y el Ministerio de Cultura.

Para la propuesta de los tres circuitos se han considerado tres premisas:

- Estos circuitos se consideran complementarios a las Líneas de Nasca y Palpa, en el entendido que prácticamente la totalidad de visitantes llega a la localidad para visitarlas. Lo que se busca es que se visiten otros recursos que impliquen aumentar la permanencia de los turistas.
- Los tres circuitos no excluyen la posibilidad de fortalecer paulatinamente otros recursos turísticos presentes en la zona de influencia del proyecto. Existen varios recursos que no están considerados dentro de los tres circuitos, pero que por iniciativas públicas o privadas pueden ser puestos en valor e incorporados a los circuitos.
- Los tres circuitos son de una extensión de un solo día, apuntando a que los tres ayuden paulatinamente al incremento de la permanencia de los visitantes en la zona.

### **Circuitos Propuestos**

#### **1. Circuito “Miradores de Geoglifos Nasca y Palpa”**

Este circuito incluye tres miradores desde los que se pueden apreciar los geoglifos de Nasca y Palpa: uno ubicado en la provincia de Nasca, el tradicional mirador en la carretera Panamericana Sur, más un mirador metálico en Llipata y un mirador natural en Palpa donde se puede apreciar la Pampa de Sacramento con geoglifos.

Mediante este circuito, hecho en su totalidad por vía terrestre, puede observarse muestras de los famosos geoglifos de las pampas. El nuevo mirador de Nasca debe ser el atractivo principal de este circuito.

Esta visita puede complementarse con atractivos de Palpa que si bien no presentan recursos turísticos mayores, con una adecuada planificación pueden generar mayor permanencia en los distritos.

Entonces, los lugares que deben ser incluidos en este circuito son:

- Iglesia San José
- Iglesia San Javier
- Museo Maria Reiche
- Geoglifos de Llipata
- Reloj Solar del Molino – El Ingenio
- Gastronomía – El Ingenio

## **2. Circuito Estaquería – Pueblo Viejo – Cahuachi – Paredones – Acueductos Ocongalla y Cantalloc – Chauchilla**

Este circuito se encuentra ubicado al sur y sureste de la ciudad de Nasca. Se basa en el patrimonio ancestral de la cultura Nasca, que debería ser complementado en el futuro con un Museo Nacional sobre esta cultura. Los sitios arqueológicos que pueden ser apreciados (aunque en su totalidad requieren una adecuada puesta en valor) necesitan una propuesta de interpretación conjunta y complementaria, que contribuirán no solo a mejorar la experiencia del visitante sino que contribuirán al entendimiento del paisaje cultural de la región. Los circuitos

- Estaquería
- Pueblo Viejo
- Cahuachi
- Paredones
- Acueducto de Ocongalla
- Acueductos de Cantalloc
- Necrópolis Chauchilla

## **3. Circuito Natural Cerro Blanco – Punta San Fernando**

Aunque en el ámbito territorial del proyecto se encuentran diversos atractivos naturales que pueden ser aprovechados en el futuro, se propone iniciar un circuito que incluya dos elementos conspicuos: el Cerro Blanco, considerado la duna más alta de América y Punta de San Fernando, que cuenta con una excepcional presencia de fauna, siendo en este momento una zona reservada por el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado, que en el futuro determinará su categoría definitiva.

- Cerro Blanco
- Punta San Fernando

### **Objetivo general del Programa**

Articular acciones entre los diversos actores en el ámbito del territorio del Plan de Manejo, para determinar las necesidades, deseos e intereses de los mercados meta

(turistas) y proporcionar las satisfacciones deseadas y hacerlo de una manera que mantenga o mejore el bienestar de la sociedad y de los consumidores.

## **Proyectos**

### **a. Proyecto de identificación y gestión comercial de segmentos y nichos**

El propósito del proyecto consiste en ubicar física y virtualmente a las asociaciones, clubes y otras entidades que integren a los grupos de interés especial que sean accesibles a la oferta patrimonial real y potencial del territorio Nasca y Palpa (cultural, arqueológico, astroarqueológico, místico, deportes de aventura, observación de naturaleza), establecer vínculos formales y permanentes con dichas instituciones y sus miembros y desarrollar mercadeo focalizado para alcanzar una operación comercial duradera.

Este proyecto se justifica porque actualmente la estrategia de marketing es indiferenciada, dirigida a los turistas de interés diverso, y no se enfoca en los grupos de interés especial, cuya permanencia y gasto promedio es más alta y cuya responsabilidad y conciencia social y ambiental también lo es.

En el diagnóstico del uso público se han identificado diversos segmentos que ya están siendo inicialmente desarrollados, como deportes de aventura (se ofrecen rutas de tubulares) y de naturaleza (visitas a Punta San Fernando), pero estos deben ser mejor consolidados e integrados a otras actividades.

Los componentes principales de este proyecto son dos: a) determinación e identificación de segmentos y nichos de interés especial accesibles a la oferta turística de Nasca y Palpa; y b) desarrollo del vínculo comercial con los grupos de interés especial identificados.

Se espera que en el segundo año del plan los segmentos y nichos (nacionales e internacionales) accesibles a la oferta turística organizada del territorio Nasca y Palpa estén plena y estructuralmente vinculados a los actores turísticos directos e indirectos del territorio. Posteriormente, a partir del tercer año de ejecución del Plan, se espera que no menos del 20% de la afluencia turística al territorio Nasca y Palpa esté compuesta por visitantes de interés especial.

Los principales gastos del proyecto están referidos a los trabajos con los proveedores de servicios de los grupos de interés identificados, que incluye capacitación en servicios de calidad, mejora de equipos e infraestructura, plan de marketing y trabajos de promoción y comercialización.

### **b. Proyecto de desarrollo del macroproducto Nasca y Palpa**

El propósito de este proyecto consiste en organizar la oferta turística del territorio Nasca y Palpa mediante asociaciones territoriales y temáticas aceptables para los segmentos y nichos ubicados y dotarlos de los servicios, facilidades y condiciones demandadas por el mercado, incluyendo herramientas de conservación e inclusión social como condición indispensable de la visita.

Este proyecto se justifica porque actualmente la oferta turística de Nasca está compuesta por un atractivo de altísima jerarquía (los geoglifos) bajo una modalidad de observación principal (sobrevuelo), con una elevada demanda, y por una serie desestructurada de otros atractivos de mucho menor nivel, cuyo flujo de visitantes es

muy escaso. Con esto se busca ampliar el interés sobre otros sitios arqueológicos y diversos atractivos turísticos del distrito, identificando la demanda y el mercado y haciendo recomendaciones para su comercialización.

Los componentes principales de este proyecto son tres: a) definición de productos territoriales; b) definición de productos temáticos; y c) publicación y difusión de la cartera de productos y normas de visita del territorio Nasca y Palpa.

Entre las principales acciones planteadas para el proyecto están:

- Definición amplia, debatida y concertada del producto turístico local, en el cual se identifiquen aquellos rasgos que lo diferencian de otros similares y fortalezcan su posicionamiento en el mercado turístico.
- Consolidación del macroproducto “Nasca – Palpa”, definiendo su marca con los elementos ícono que han servido para que las líneas de Nasca sean conocidas en el mundo entero y que aparecen en la actualidad en internet, enciclopedias, publicaciones masivas y promociones turísticas nacionales e internacionales, evaluando la pertinencia de mantenerla o actualizarla.
- Determinar una fecha oficial de inicio de la temporada turística en la zona, convocando a los medios de difusión y empresas de turismo.
- Diseñar y ejecutar una campaña previa de relaciones públicas, dando a conocer los conceptos que podrán ser aprovechados en una campaña publicitaria.

Sin una campaña previa de relaciones públicas, se corre el riesgo de perder credibilidad ante el público meta. En esta campaña se deberán ejecutar acciones tales como segmentación de públicos meta, desarrollo de mensajes clave, identificación de áreas críticas, posibles conflictos y planes de previsión e identificación de líderes de opinión que estarán involucrados en la campaña. Además de deberán programar press tours con los operadores comerciales para dar a conocer que el turismo en Nasca y Palpa no se circunscribe a los geoglifos de las pampas.

### **c. Proyecto de extensión de la permanencia y gasto turísticos – desarrollo de circuitos**

El propósito de este proyecto consiste en determinar y ejecutar estrategias y acciones para aumentar razonablemente la estadía promedio de los visitantes nacionales y extranjeros al territorio Nasca y Palpa, incluyendo la venta de nueva oferta patrimonial y el desarrollo de oferta complementaria de acuerdo a las necesidades, aspiraciones e intereses de los segmentos y nichos ubicados.

Este proyecto se justifica porque actualmente la permanencia promedio de los turistas nacionales y extranjeros en el territorio Nasca y Palpa apenas supera 1 día (1.22 en el caso de los visitantes nacionales y 1.08 en el caso de los turistas extranjeros), data que puede estar sobreestimada dado que muchos visitantes sólo llegan a tomar el sobrevuelo y luego retornan a Ica, Paracas o Lima, sin pernoctar en Nasca. Igualmente el gasto promedio de los turistas extranjeros, determinado por las encuestas realizadas, en US\$106, puede aumentar significativamente sólo desarrollando oferta complementaria adecuada.

Los componentes principales de este proyecto son dos: a) adecuación de la oferta a los requerimientos de los grupos de interés especial; y b) desarrollo de circuitos complementarios a las Líneas para estimular la pernoctación. Las principales acciones que se desarrollarán serán la puesta en valor de los lugares seleccionados

para los tres circuitos enfocados en turistas de interés especial, así como desarrollar diversas acciones de promoción de los circuitos propuestos.

#### **d. Posicionamiento del Territorio Nasca y Palpa como destino de Turismo Interno**

Para posicionar positivamente el territorio Nasca y Palpa como destino de visita para el vacacionista nacional se plantea realizar este proyecto, que requerirá:

1. Organizar un producto específico, en alianza con proveedores locales y en varias modalidades de oferta, de no más de 2 o 3 días, que integre:
  - a. Observación de geoglifos desde miradores.
  - b. Visita a una lista variable de atractivos complementarios.
  - c. Servicio de hospedaje y alimentación económicos.
  - d. Servicio de transporte barato y seguro.
2. Promover la oferta organizada de Nasca y Palpa en alianza con Promperú.
3. Desarrollar material videográfico y virtual para ser utilizado en TV y en internet.
4. Establecer convenios con el Ministerio de Educación, Universidades y Essalud para el desarrollo programado de visitas organizadas al territorio.

### **7.4 Gestión del destino**

Con una mayor actividad turística, es necesario garantizar la participación de los diversos actores en un objetivo común: ofrecer un destino las poblaciones locales, tanto en la planificación como en el desarrollo de las actividades turísticas y recreativas en Nasca y Palpa. Es indispensable diseñar e impulsar una estrategia de sensibilización y capacitación para incentivar la participación local informada y activa en el desarrollo del turismo en el ámbito del Plan. Esta participación debe favorecer la captación de ingresos tanto para la conservación de las áreas como para las poblaciones locales y para los municipios.

#### ***Recomendaciones***

##### **Participación local**

El involucramiento directo de la población local, como parte de la operación turística sostenible, es fundamental, los cual ocurrirán en diferentes niveles e intensidades.

Sin embargo, la mayor parte de la población de las áreas rurales no cuenta con la preparación o lo capacitación para ingresar a laborar en el sector turismo. Este hecho causa reservas y reticencia en los tour-operadores y empresarios para contratarlos. Los hospedajes, hostales y restaurantes convencionales que existen en la zona ofrecen una irregular calidad de servicio e infraestructura. Es necesario mejorar la capacitación en hospitalidad y servicios turísticos a nivel local, que ofrecerían la posibilidad de mejorar estos servicios y a la vez preparar a los pobladores para un eventual desarrollo turístico en el área.

El sector servicios (restaurantes, transporte, alojamiento, entre otros) ofrece mejores oportunidades para fomentar la participación de la población local a corto plazo.

En ese sentido es importante tomar en cuenta que en la mayoría de los casos, cuando se inician las operaciones turísticas en numerosas localidades del Perú, no

existe una oferta adecuada de servicios, por lo que los mismos operadores deben resolver, con solvencia y creatividad los problemas logísticos en estos lugares que se inician en la actividad turística.

Vale la pena resaltar que la participación de microempresarios locales puede convertirse en una acertada herramienta de marketing, en un valor agregado para la promoción y venta de servicios, ya que es cada vez más apreciado por turistas con una preocupación ética hacia sus anfitriones.

Es necesario garantizar la capacitación tanto del personal de la municipalidad como de los pobladores locales. Las acciones de capacitación deberán ser coordinadas para su desarrollo gradual y en función de las prioridades que se establezcan en función con el Comité de Gestión. El tipo de capacitación deberá ser diferenciado según el público objetivo:

a) Poblador local – que incluye a los guías, empresarios turísticos (operadores y agencias de viajes), propietarios de albergues y casas-hospedaje y pobladores interesados en constituir pequeñas empresas para el desarrollo de servicios complementarios; y

b) Personal de municipios (regidores, profesionales especializados y técnicos en turismo).

En cuanto a la población local es importante aprovechar los esfuerzos desarrollados a la fecha y hacer una separación entre los conocimientos e intereses de cada actor, a fin de diseñar los contenidos y mensajes adecuados para la capacitación.

Por su parte, la capacitación para los empresarios turísticos debe orientarse hacia su un entendimiento de las potencialidades del distrito y las posibles facilidades que puedan obtener para operar, a fin de que puedan contar con los elementos de juicio para poder proyectar alternativas económicas, beneficiosas para ellos y para el desarrollo de las población local. Por ello es importante que los empresarios interioricen la importancia del área y el rol clave que les toca desempeñar para el desarrollo del turismo. Como se ha mencionado anteriormente este rol se concentra en el desarrollo de productos turísticos, su operación, promoción y comercialización; razón por la cual los empresarios deben contar con la información y las herramientas necesarias para poder planificar y tomar decisiones.

Finalmente, la capacitación para las comunidades y pobladores, líderes locales, interesados en formar pequeñas empresas para la prestación de servicios turísticos, la capacitación deberá orientarse, como se mencionó anteriormente, en los temas de manejo de un negocio (administración, planificación, contabilidad), prestación de bienes y servicios de calidad, entre otros temas de orden gerencial, sin dejar de lado los aspectos de sostenibilidad ambiental.

### **Calidad turística**

El Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) considera la “Calidad” como un elemento transversal a las actividades de implementación de la actividad turística, pues la excelencia en la prestación de los servicios a los visitantes es considerada como uno de los factores de mayor importancia para lograr competitividad en el desarrollo del turismo.

El Plan Nacional de Calidad Turística –CALTUR, promovido por el MINCETUR, está orientado a la mejora de las prestaciones de servicios al visitante en todo el país.

Toda iniciativa de calidad turística debe apuntar a un impacto en el producto, es decir a asegurar la satisfacción del tipo de turista que se está convocando. Así, los trabajos que se planteen en el siguiente capítulo de programas deben estar dirigidos a:

- Prestadores turísticos
- Hospedajes
- Agencias de viajes y turismo
- Restaurantes
- Empresas de transporte terrestre y de turismo.
- Conductores de de transporte terrestre y de turismo.
- Personal en contacto con el turista
- Planificadores del turismo
- Personal de la Municipalidad

### **Seguridad turística**

El tema de seguridad es un elemento álgido dentro de las estrategias que deberán plantearse en el plan de manejo en cuanto al turismo. Hay diversas versiones que indican que ha habido asaltos y agresiones a turistas en diversos sitios arqueológicos, en el que muchos de ellos no existe vigilancia alguna.

Por otro lado, existe consenso en la preocupación que la mayoría de hoteles de la localidad no cuenten con sistema de seguridad particular, carencia que los hace vulnerables y pone en riesgo no solo a los turistas nacionales y extranjeros, sino también perjudica la misma tranquilidad y seguridad de estos establecimientos. Para amenguar dicho problema, se está planteando agregar esta medida dentro de los requisitos para la obtención de licencia de funcionamiento de hoteles y grandes establecimientos comerciales.

La preocupación por la seguridad también está presente en cuanto los sobrevuelos, en los que en una travesía de 30 minutos, las aeronaves realizan aproximadamente 20 virajes que van desde los 30 a 40 grados por lado. Además, el hecho que hayan existido dos accidentes fatales en los últimos dos años, además de las muestras evidentes de informalidad en el aeropuerto genera en los turistas preocupación por las condiciones de los aviones.

Si bien la Dirección General de Aviación Civil ha manifestado su permanente preocupación por el buen servicio de las avionetas que hacen sobrevuelos sobre los geoglifos, tanto las condiciones operativas del aeropuerto de Nasca como las condiciones de las avionetas aún generan incomodidades a los pasajeros. Se continúa recomendando que el Municipio de Vista Alegre, que usufructa el aeropuerto, verifique que el embarque y desembarque de pasajeros se realice desde el terminal existente en el aeródromo. Que el parqueo de aeronaves se efectúe en la nueva plataforma del aeródromo y que se realice un manejo adecuado de combustibles en los talleres/hangares de los operadores, así como la ejecución de tareas de pre-vuelo por parte de los pilotos, revisión de la aeronave, combustible, presentación del plan de vuelo, manifiesto de pasajeros, entre otros. Además, es menester que inspecciones integrales se realicen a todas las empresas que brindan servicios en el aeródromo y que exista permanente vigilancia de

operaciones aéreas, que incluye la evaluación de los años de servicio de las aeronaves, la cantidad máxima de aeronaves que pueden operar en el aeródromo, la frecuencia de salidas y las calificaciones de los pilotos, con la finalidad de mejorar la eficiencia y condiciones de seguridad de las operaciones. Finalmente, dada la cantidad de vuelos que se realizan diariamente, es urgente la adquisición de un ADS (Automatic Dependent Surveillance), especie de radar que permite a la avioneta proporcionar a la torre de control, automáticamente, datos de su sistema de navegación para determinar su posición exacta.

### **Informalidad**

Este es otro tema que requiere prontas soluciones. Una de las principales muestras de la informalidad puede apreciarse en los terminales de buses, donde se posicionan los “jaladores”, que ofrecen “ofertas” para el sobrevuelo, y cuando toman el servicio y llegan al aeropuerto se encuentran con que el precio directo en el aeropuerto era de 20 a 30 dólares menos. Lo preocupante de esto es que las empresas de transporte no pueden desalojar a los “jaladores”, que se ubican tanto dentro como fuera de las estaciones. En diferentes webs de viajes y turismo se aconseja precaución a los viajeros mencionando que “bajando de los buses se ofrece agresivamente líneas de Nazca por vendedores locales”.

Otro aspecto negativo es el que algunas empresas del aeropuerto no entregan boleto aéreo, limitándose a hacer una lista de pasajeros.

### **Objetivo General**

Estimular la participación de la población local en las actividades turísticas.

### **Proyectos**

#### **a. Fortalecimiento de la institucionalidad para la conservación del patrimonio, la limpieza y el ornato del destino y la seguridad turística**

Incrementar la capacidad decisoria y operativa del INC-Nasca, del Sernanp en Nasca y de la Subdirección Regional de Turismo-Nasca; estableciendo mecanismos de control social para el pleno cumplimiento de las competencias municipales de limpieza, ornato y seguridad por parte de las Municipalidades Provinciales de Nasca y Palpa y las Municipalidades Distritales correspondientes y asegurando el incremento del personal policial y de serenazgo en el territorio.

#### **b. Formalización de pequeños empresarios turísticos**

Reducir al mínimo la informalidad en los servicios turísticos, de transporte y de comercialización artesanal para poder garantizar una experiencia satisfactoria al visitante y controlar la calidad de los servicios y productos que se les ofrecen.

#### **c. Implantación de calidad turística en el territorio**

Aplicar el Plan Nacional de Calidad Turística (Caltur) y sus herramientas de buenas prácticas y estándares de calidad, a nivel de destino, sitios, empresas y recursos humanos, incluyendo los instrumentos de evaluación desarrollados.

## 7.5 Programa de seguimiento de las actividades de uso público

La consolidación de la actividad de uso público va a depender en buena medida del compromiso y habilidades del Comité de Gestión, especialmente en los temas de seguimiento de las acciones programadas y ejecutadas.

El seguimiento o monitoreo asegura que esta actividad contribuya a la economía y conservación del patrimonio, sin repercusiones negativas en el medio social y ambiental, identificando con antelación los cambios que se puedan dar en el recurso físico, social, biológico y aplicando a tiempo acciones que controlen tanto la causa como el efecto de los impactos del turismo.

El proceso de monitoreo estará asociado al proceso de Determinación de Límites de Cambio Aceptable, que requiere el diseño y ejecución de una secuencia de pasos que deben contar con el apoyo de las autoridades del municipio así como de los diversos actores involucrados. El Comité de Gestión debe participar en su planificación y ejecución, a fin de estar enterada del desarrollo de la actividad y mitigar los impactos no deseados. La formulación y ejecución de este proceso debe ser participativo y presupone que las metas y objetivos se definan y analicen desde un principio, y que se llegue lo antes posible a un consenso en torno a las razones del establecimiento del monitoreo y la forma en que este habrá de practicarse.

### **Estudio para la determinación de los Límites de Cambio Aceptable (LCA)**

El estudio de los límites aceptables de cambio consiste de cuatro líneas de trabajo:

- (i) la definición las condiciones sociales y naturales aceptables y alcanzables, definidas por parámetros mesurables;
- (ii) un análisis de las relaciones entre las condiciones existentes y aquellas que son aceptables;
- (iii) La identificación de acciones de manejo necesarias para alcanzar estas condiciones; y
- (iv) un programa de monitoreo y evaluación de la efectividad de las acciones de manejo.

Estas cuatro líneas se separan en nueve etapas que serán las que se deben aplicar **para la elaboración del Estudio de Limite de Cambio Aceptable**, como se muestran en la figura 1, los mismos que se explicarán a continuación.



Figura 1. El proceso de planificación del límite de cambio aceptable (LAC). Traducido de Stankey, G. et al. (1985).

## **Etapas 1.- Identificación de los problemas y conflictos en el área**

Se identifican los temas y preocupaciones de los actores respecto a los impactos y el manejo del área. Se analiza cuáles de estos aspectos están siendo abordados de manera adecuada y cuáles están generando los problemas, entre otros puntos.

En esta etapa se ejecutarán las siguientes actividades:

- Recopilación y revisión de información existente sobre el área de estudio.
- Reuniones de trabajo con autoridades involucradas en la gestión del área (INC – Ministerio de Cultura, SERNANP, MINCETUR, Municipios).
- Entrevistas con actores importantes del área de estudio (operadores de turismo, profesionales, gremios).
- Aplicación de encuestas.

Durante estas actividades se buscará responder, entre otras, las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los valores especiales (ecológicos, científicos, culturales, recreativos, educativos, históricos) que requieren de especial atención?
- ¿El área es hábitat crítico para algunas especies amenazadas o en peligro de extinción?
- ¿El público usuario ha identificado aspectos que requieren de atención especial?
- ¿Existen otras actividades, paralelas al turismo, que requieren de atención especial?
- ¿Existen áreas específicas que por sus características naturales o intensidad de uso, requieren de atención especial?

## **Etapas 2.- Definición y descripción de las clases de oportunidades**

Se deben definir las oportunidades para el área de evaluación. Estas oportunidades son una descripción cualitativa de los tipos de condiciones, sociales y ambientales, aceptables para esa realidad y los tipos de manejo considerados apropiados para la misma.

Al mismo tiempo se identificarán el tipo y magnitud de los impactos generados por los visitantes en el área de estudio. En líneas generales se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones sobre los impactos:

- Tipo de impacto
- Severidad del impacto
- Relevancia y perpetuación del impacto
- Notoriedad del impacto (enfocado a los visitantes)

## **Etapas 3.- Selección de indicadores de recursos y condiciones sociales**

De las etapas anteriores, se tendrá la definición de la condición deseada para el área de estudio. En esta tercera etapa se identificarán y desarrollarán indicadores y variables específicas para las condiciones de cada clase de oportunidad, de manera tal que permitan a los manejadores del área, definir de manera objetiva las condiciones deseadas y evaluar la efectividad de las diferentes prácticas de manejo en el área.

La selección de indicadores se desarrollará sobre los siguientes criterios:

- El indicador deberá ser capaz de ser medido con niveles de precisión aceptables a costos eficientes..
- El indicador deberá reflejar alguna relación con la cantidad y/o el tipo de uso que está ocurriendo.
- Los indicadores sociales deberán estar relacionados a las preocupaciones de los usuarios.
- La condición del indicador debe, al menos potencialmente, responder a actividades de manejo.

#### **Etapa 4.- Aplicación de los indicadores en campo**

Una vez seleccionados los indicadores para cada clase de oportunidad, se aplicarán los indicadores en la realidad del ámbito del Plan de Manejo. Aquí se definirán también las unidades del análisis.

En esta etapa se debe levantar información para completar la medición y aplicación de los indicadores, así como definir la necesidad de crear y medir nuevos indicadores para el sistema.

#### **Etapa 5.- Definición de estándares para los indicadores sociales y naturales en cada zona de estudio**

En esta etapa se asignarán medidas cuantitativas o más específicas a los indicadores. Es decir los aspectos que pueden ser medidos para cada indicador. Estos estándares son las bases sobre la cual cualquier condición puede ser juzgada como aceptable o no.

Para cada indicador aplicado en la Etapa 4, se identificarán estándares que describan las condiciones como aceptables o apropiadas en cada clase de oportunidad. Los estándares son las condiciones a las cuales los gestores del área, deben apuntar y que deben alcanzar en un tiempo razonable.

#### **Etapa 6.- Identificación de alternativas de manejo en cada zona de estudio**

En esta etapa se identificarán alternativas de manejo, que permitan llevar a los gestores del área a alcanzar los estándares establecidos en la etapa anterior. Se identificarán todas las alternativas posibles para cada estándar.

Esta es la etapa más importante del trabajo para establecer los límites de cambio aceptable y donde es indispensable contar con consultores con amplia experiencia y conocimiento, pues es esta experiencia y conocimiento la que permitirá definir un espectro más amplio de alternativas de manejo para cada estándar y clase de oportunidad y en consecuencia la combinación de todas estas experiencias permitirán seleccionar alternativas más efectivas en términos económicos y de potencialidad para alcanzar el estado deseado.

#### **Etapa 7.- Identificación de acciones de manejo para cada alternativa**

Todas las alternativas de manejo serán desarrolladas y desagregadas en acciones específicas de manejo para cada una, de acuerdo a los estándares establecidos para cada área y cada clase de oportunidad.

## **Etapa 8.- Evaluación y selección de las mejores alternativas de manejo**

Sobre la base del trabajo desarrollado en la etapa anterior, se seleccionarán aquellas alternativas que sean de aplicación más efectiva en términos económicos y tecnológicos, de acuerdo a la realidad de la zona y las capacidades de los gestores del área y por supuesto a los estándares establecidos para cada indicador, clase de oportunidad y área.

## **Etapa 9.- Implementación de las acciones y monitoreo de las condiciones**

Esta última etapa consiste en la aplicación de las acciones para cada alternativa de manejo y el monitoreo en el tiempo del efecto de cada una y los cambios generados sobre el patrimonio. Esta etapa queda bajo la ejecución directa del Comité de Gestión.

Un elemento fundamental del monitoreo es la adecuada determinación de indicadores para medir los avances de las acciones. A continuación se presenta una batería de indicadores que pueden servir de pauta para el presente programa.

<b>TIPOLOGÍA DE LOS INDICADORES DE IMPACTO DEL TURISMO</b>	
<b>Existen cinco tipos indicadores a los que el Programa de Monitoreo debe efectuar seguimiento en las áreas destinadas al turismo</b>	
<b>Ambientales/culturales (Biofísicos)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Erosión del suelo en un sitio en particular</li><li>▪ Erosión/daño de restos arqueológicos por pisoteo</li><li>▪ Extensión del sitio (pérdida de la vegetación en los lugares de camping o a lo largo de los senderos)</li><li>▪ Presencia de fauna silvestre</li><li>▪ abandono de áreas de anidamiento en aves</li></ul>
<b>Económicos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Cantidad de empresarios turísticos locales en las comunidades vecinas</li><li>▪ Cantidad de cobros e ingresos recolectados por mes</li><li>▪ Largo promedio de la estadía en el sitio/comunidad</li><li>▪ Contribución general del turismo al presupuesto del distrito</li><li>▪ Nivel de empleo turístico</li><li>▪ Basura dejada por los turistas</li><li>▪ Presión en alguna especie particular de la vida silvestre (éxito del anidamiento, agresión de los animales contra turistas, etc.)</li><li>▪ Fuegos ilegales o fogatas en campamentos</li><li>▪ Conteo de bacteria coliformes en aguas corrientes</li><li>▪ Cantidad de árboles dañados en áreas de descanso y senderos</li></ul>
<b>Aspectos socio-culturales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mantenimiento de prácticas tradicionales</li><li>▪ Cambios en la actitud de la población en relación al turismo</li><li>▪ informes de comportamiento negativo de los visitantes hacia los residentes</li><li>▪ Ocurrencias de asaltos y robos</li><li>▪ Ocurrencias de quejas de los turistas sobre maltrato</li></ul>
<b>Experienciales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Cantidad de violaciones a la seguridad por mes</li><li>▪ Cantidad de quejas sobre visitantes ruidosos</li><li>▪ Cantidad de visitantes en los eventos/sitios de la cultura local</li><li>▪ Percepción de los guías con respecto a la actividad turística</li><li>▪ Percepción general de los residentes con respecto a las actividades turísticas</li><li>▪ Cantidad de estudiantes que usan el área para educación ambiental</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Porcentaje de visitantes satisfechos con su visita al área/sitio</li> <li>▪ Evidencia de desperdicios humanos</li> <li>▪ Cantidad de visitantes que regresan</li> <li>▪ Percepción de los visitantes sobre los guías naturalistas</li> </ul>
<b>de Manejo (Infraestructura)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cantidad y largo de los senderos</li> <li>▪ Cantidad de tiempo invertido en el mantenimiento de la infraestructura</li> <li>▪ Cantidad de <i>graffitis</i> y otros actos vandálicos encontrados en los lugares turísticos</li> </ul>

## Objetivo General

Asegurar la adecuada gestión de las acciones de desarrollo turístico programadas mediante su monitoreo permanente.

## Proyecto

- a) Establecimiento y desarrollo de un proceso de monitoreo y mitigación de impactos de la actividad turística mediante la metodología de Límites de Cambio Aceptable.

## BIBLIOGRAFÍA

Aloj, E., Simeone A. 2001. Environmental and Cultural Tourism as a model of an economic sustainable activity. International Journal of Sustainability in Higher Education, 2.

Besculides, A., Lee,M., McCormick,P. 2002. Resident's Perception of the Cultural Benefits of Tourism. Annals of Tourism Research, 29.

Blaya, N. 2004. La interpretación del patrimonio como herramienta para la conversión del recurso patrimonial en producto turístico cultural. Reflexiones y propuestas, p.4. Florida Universitaria.

Bonet, L. 2003. Turismo cultural: Una reflexión desde la ciencia económica. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural.

Castro León, J. 2005. La calidad como herramienta de gestión del turismo cultural. Revista Pasos, Vol. 3.

CONAM. 2001. Aportes para una Estrategia Nacional de Turismo, con énfasis en el desarrollo sostenible. Lima. 63 p.

Conservation International. 1999. The Green Host Effect. An integrated approach to sustainable tourism and resort development. Washington. 103 p.

Cumbre Mundial de Ecoturismo. 2002. Declaración de Québec sobre Ecoturismo. Québec, Canadá.

Chávez, J.2006. Informe de Consultoría al CTN sobre atractivos naturales turísticos en el CTN. Lima. 73 p.

ICOMOS. 1993. Tourism at World Heritage Cultural Sites: The site manager's handbook. Washington., D.C.

ICOMOS. 1999. Carta Internacional de Turismo Cultural. La Gestión del Turismo con Patrimonio Significativo. Disponible en [http://www.international.icomos.org/tourism\\_sp.htm](http://www.international.icomos.org/tourism_sp.htm)

INRENA. 2005. Plan de Uso Público y Recreativo de la Reserva Nacional de Lachay. Lima. 67 p.

Juan-Tresserras, J. 2001. Patrimonio, turismo y desarrollo local: situación y perspectivas, p. 7. Universitat de Barcelona.

Lewis, S. 1998. Presenting Archeology to the public. Legacy. Vol. 9 N° 5.

Maragliano, M. 2010. Interpretación del patrimonio: Una experiencia de conocimiento que revela significados. Boletín de Interpretación N° 22.

Mason, R. (2002) Assessing Values in Conservation Planning: Methodological Issues and Choices. Assessing the Values of Cultural Heritage, Marta de la Torre, ed. The J. Paul Getty Trust. p. 9.

Molina, P. 2003. Turismo cultural. Una experiencia turística cultural existe cuando el producto turístico se concibe con un enfoque interpretativo. Ponencia presentada al II Congreso de Turismo Cultural Naya.

Molinari, R.; L. Ferraro; H. A. Paradela y A. Castaño. 2001 Odisea del Manejo: Conservación del Patrimonio Arqueológico y Perspectiva Holística. II Congreso Virtual de Antropología y Arqueología. NAYA.

Morales, J. 1998. Guía Práctica para la Interpretación del Patrimonio. El Arte de acercar el Legado Natural y Cultural al Público Visitante. Sevilla: Difusión Monografías Junta de Andalucía

Morales, J. 2004. La Interpretación, en su Aceptación de Comunicación Atractiva in situ. En: Boletín de Gestión Cultural N° 8: Interpretación del Patrimonio Cultural. [www.gestioncultural.org](http://www.gestioncultural.org) (28/06/2004).

Narváez, A. 2006. Informe de Consultoría al CTN sobre Sitios Arqueológicos. Cajamarca.

Organización Mundial de Turismo. 2004. Gestión de la saturación turística en sitios de interés natural y cultural. Madrid. 133 p.

Organización Mundial de Turismo. 2004. Directrices para el Desarrollo del Turismo Sostenible. Madrid. s/p.

Organización Mundial de Turismo (OMT). 2001. Turismo. Disponible en [http://www.worldtourism.org/español/statistics/tsa\\_project/basic\\_references/castellano/A.1.1.1.15.htm](http://www.worldtourism.org/español/statistics/tsa_project/basic_references/castellano/A.1.1.1.15.htm)

Organización Mundial de Turismo (OMT).2002. Turismo. Disponible en <http://world-tourism.org>

Ortuño, M. 1998. Patrimonio Cultural y Turismo. Universidad El Escorial, Madrid, España.

Prados, E. 2001. Turismo Cultural: Un segmento turístico en expansión. Disponible en [http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/elisa\\_prados.htm](http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/elisa_prados.htm)

Portugal, R. 2006. Informe de Consultoría al CTN sobre diseño de macroproductos. Cajamarca. 74 p. Más anexos.

Promperú y APTAE. 2006. Manual de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible. Hacia un Turismo Responsable. Lima. 97 p.

Santana, A. 2003. Patrimonios culturales y turismo: Unos leen lo que otros miran. Revistas de turismo y patrimonio cultural,1.

Seaton, A.V., Benett, M.M. 1996. Marketing Tourism Products. International Thomson Business Press. Reino Unido.

Swan, J. 1984. Sacred Sites: Cultural Values and Management Issues. International Perspectives on Cultural Parks. Proceedings of the First World Conference. Mesa Verde National Park, Colorado. U.S. National Park Service in association with the Colorado Historical Society. U.S.A.

The Center for Environment Leadership in Business. 2004. A Practical Guide to Good Practice. Managing Environmental and Social Issues in the Accomodations Sector. Paris. 25 p.

The Nature Conservancy. Desarrollo del Ecoturismo. Un manual para los profesionales de la conservación. Vol. I Introducción a la Planificación del Ecoturismo. Washington. 102 p.

The Nature Conservancy. Desarrollo del Ecoturismo. Un manual para los profesionales de la conservación. Vol. II Desarrollo y Manejo del Ecoturismo. Washington. 116 p.

UICN, PNUMA, WWF, 1991. Estrategia para el Futuro de la Vida. Gland. 187 p.

Valle, A. 2006. Senderos de Patrimonio en el Santuario Histórico Bosque de Pomac. Tesis para optar el grado de Maestría en Ecoturismo en la Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima.

Velasco, M. 2009. Gestión turística del patrimonio cultural: Enfoques para un desarrollo sostenible del patrimonio cultural. Cuadernos de Turismo N° 29.

Veverka, J. 2000. Why Heritage Sites need interpretation for their long term survival. John Veverka & Associates. Paper developed for the National Trust for Scotland. Interpretation Seminar, October 2000.

## ANEXO 1: Principales establecimientos de hospedaje categorizados en Nasca

Fuente: Viceministerio de Turismo del Perú, 2009

NOMBRE COMERCIAL	TIPO	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	Nº DE HABITACIONES	Nº DE CAMAS
SARITA	HOSTAL	1 ESTRELLA	2	16	29
LOS PORTALES	HOSTAL	2 ESTRELLAS	3	9	16
IMPERIAL	HOTEL	2 ESTRELLAS	2	26	29
PREMIER	HOSTAL	2 ESTRELLAS	2	20	25
MORALITOS	HOSTAL	2 ESTRELLAS	3	15	21
VIRGEN DE GUADALUPE	HOSTAL	2 ESTRELLAS	2	24	35
SAN JUAN	HOSTAL	2 ESTRELLAS	3	19	37
ALEGRIA II	HOSTAL	1 ESTRELLA	4	13	25
REAL ALCAZAR	HOSTAL	2 ESTRELLAS	2	10	17
EL MIRADOR DE NASCA	HOTEL	2 ESTRELLAS	6	29	47
PARAMONGA	HOSTAL	2 ESTRELLAS	2	9	16
ACAPULCO	HOSTAL	1 ESTRELLA	3	25	48
NASCA LINES	HOTEL	3 ESTRELLAS	24	78	161
EL PICAFLOR	HOSTAL	1 ESTRELLA	3	12	22
SAN MARCELO	HOTEL	3 ESTRELLAS	4	21	44
CASA BLANCA	HOSTAL	2 ESTRELLAS	2	9	12
LIBON'S	HOTEL	3 ESTRELLAS	4	20	32
CAHUACHI	HOTEL	1 ESTRELLA	4	20	27
INKA	HOTEL	3 ESTRELLAS	3	25	51
PERUGIA HOSTAL	HOSTAL	2 ESTRELLAS	3	10	20
INTERNACIONAL	HOTEL	2 ESTRELLAS	5	25	49
EL PAJONAL	HOSTAL	2 ESTRELLAS	9	16	31
CAMILUZ	HOSTAL	2 ESTRELLAS	2	6	14
CASA ANDINA B&B NASCA	HOTEL	3 ESTRELLAS	13	60	119
TAMBO REAL	HOSTAL	2 ESTRELLAS	2	6	14
ORO VIEJO	HOTEL	3 ESTRELLAS	3	22	43
ROMULO Y REMO	HOSTAL	1 ESTRELLA	2	8	13
LAS LINEAS	HOTEL	2 ESTRELLAS	10	30	57
EL ACUEDUCTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	2	9	19
LOS PORTALES DEL SOL	HOTEL	1 ESTRELLA	5	23	23
ESTRELLITA DEL SUR	HOTEL	2 ESTRELLAS	3	21	36
JAUREGUI	HOTEL	2 ESTRELLAS	3	20	24
NASCA	HOSTAL	2 ESTRELLAS	7	21	37
NASCA TRAILS	HOSTAL	1 ESTRELLA	4	8	22
PAREDONES INN HOTEL	HOTEL	3 ESTRELLAS	4	32	64
SAN MIGUEL	HOSTAL	1 ESTRELLA	3	13	26
GUANG ZHOU	HOSTAL	2 ESTRELLAS	4	15	24
LA MAISON SUISSE	HOTEL	3 ESTRELLAS	6	40	77
NIDO DEL CONDOR	HOTEL	3 ESTRELLAS	6	27	54
MAJORO	HOTEL	3 ESTRELLAS	2	40	78
RANCHO PARK	HOTEL	3 ESTRELLAS	6	22	44
PRESIDENTE	HOSTAL	1 ESTRELLA	3	17	46
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>		<b>185</b>	<b>891</b>	<b>1628</b>

## ANEXO 2: Agencias de Viajes en Nasca y Palpa registradas por el MINCETUR

NOMBRE COMERCIAL	UBICACIÓN
AERO NASCA	NASCA
ALEGRIA TOURS	NASCA
ANDEAN TEMPO	NASCA
CAMILUZ TOURS	NASCA
DANNA TRAVEL	NASCA
NASCA TRAILS	NASCA
NASCA TRAVEL SERVICE	NASCA
ORO ANDINO TRAVEL	NASCA
PERU DESERT EXPERIENCIE	NASCA
FITO TOURS	NASCA
INFOTOUR NASCA	NASCA
MARAVILLAS DEL MUNDO TOURS	NASCA
MYSTERY PERU	NASCA
MYSTIC TOUR EXPEDITION	NASCA
NANASCA TOURS	NASCA
PARAMONGA TOURS	NASCA
T.J. TOURS	NASCA
TAMBO REAL TRAVEL	NASCA
THE NASCA MINE`S	NASCA
VIFLO TOURS	NASCA
YEMAYA TOURS	NASCA
PERU NASCA TOURS	NASCA
NIMO TRAVEL	NASCA
SILVANA	NASCA
SERVICIOS MULTIPLES NICOLE E.I.R.L.	NASCA
HATUN NASCA LOS CAMINOS SAGRADOS DEL INCA	NASCA
ECO TOUR PALPA	PALPA

Fuente: Viceministerio de Turismo del Perú

## ANEXO 3: Restaurantes en Nasca y Palpa registrados por el MINCETUR

NOMBRE COMERCIAL	UBICACIÓN
LOS ANGELES	NASCA
LAS CAÑAS	NASCA
FLOR DE CANELA	NASCA
DON CARLOS	PALPA
MONTERREY	PALPA

Fuente: Viceministerio de Turismo del Perú

## ANEXO 4: Estadística de Turismo



MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

SET: Sistema de Información de Estadística de Turismo

Página: 1/ 1  
Fecha: 17/08/2009  
Hora: 07:08 AM  
Forma: M.01

### A DICIEMBRE 2008: INDICES MENSUALES DE OCUPABILIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO

Departamento:

Categoría	Clase	Meses														
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic			
Todas las Categorías	Todas las Clases															
<b>OFERTA</b>																
	Número de establecimientos	386	392	392	394	403	409	416	421	424	425	430	436			
	Número de habitaciones	6 448	6 529	6 610	6 618	6 649	6 715	6 831	6 905	6 894	6 953	6 950	7 029			
	Número de plazas-cama	11 798	11 919	12 158	12 140	12 144	12 282	12 530	12 687	12 610	12 742	12 729	12 831			
<b>INDICADORES</b>																
	TNOH en el mes (%)	25.3	28.9	27.4	27.9	26.7	26.1	28.5	25.8	24.7	23.0	23.9	22.5			
	TNOC en el mes (%)	21.0	23.8	21.8	22.1	20.5	20.9	24.2	22.8	22.4	21.8	21.3	19.2			
	Promedio de permanencia (día)	1.3	1.4	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.1	1.0	1.1			
	Nacionales (días)	1.3	1.4	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.1	1.0	1.1			
	Extranjeros (días)	1.2	1.2	1.2	1.1	1.2	1.2	1.1	1.1	1.2	1.1	1.0	1.0			
	Total de arribos en el mes	61 552	61 076	67 623	64 564	63 305	61 636	75 629	73 803	70 267	78 758	79 295	70 542			
	Nacionales	52 440	52 358	56 204	52 069	51 993	51 298	58 527	55 630	54 273	60 898	64 304	61 647			
	Extranjeros	9 112	8 718	11 419	12 495	11 312	10 338	17 102	18 173	15 994	17 860	14 991	8 895			
	Total pernoctaciones mes	82 258	85 793	86 981	84 530	81 633	79 290	98 310	92 447	88 379	90 195	82 212	74 852			
	Nacionales	71 897	75 408	73 735	70 594	68 182	67 357	79 370	72 363	70 615	70 277	66 915	65 373			
	Extranjeros	10 361	10 385	13 246	13 936	13 451	11 933	18 940	20 084	17 764	19 918	15 297	9 479			
	Total empleo en el mes	1 381	1 399	1 427	1 434	1 487	1 502	1 546	1 567	1 531	1 555	1 564	1 594			
<b>COBERTURA DE INFORMANTE</b>																
	En N° de establecimientos (%)	52.8	52.8	53.3	51.8	54.1	54.3	53.6	53.7	52.1	54.8	55.6	56.2			
	En N° de habitaciones (%)	66.1	65.9	66.8	65.8	67.0	67.5	67.8	67.7	65.7	68.8	69.3	69.2			

Fuente: Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje  
Resultados de Informantes y Omisos con información disponible al 16/05/2009 11:05 am  
ELABORACION: MINCETUR/SI/OGIE sobre la base de la información proporcionada por DIRCETUR - ICA

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

**A DICIEMBRE 2008: INDICES MENSUALES DE OCUPABILIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO**

 Departamento: 

 Provincia: 

		Meses											
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Categoría	Clase												
Todas las Categorías	Todas las Clases												
	<b>OFERTA</b>												
	Número de establecimientos	71	73	73	73	74	76	77	78	79	81	83	83
	Número de habitaciones	1 203	1 224	1 304	1 304	1 243	1 269	1 347	1 353	1 373	1 386	1 401	1 393
	Número de plazas-cama	2 163	2 186	2 422	2 422	2 215	2 268	2 488	2 513	2 543	2 564	2 589	2 574
	<b>INDICADORES</b>												
	TNOH en el mes (%)	25.7	28.3	28.0	29.6	29.5	26.2	32.0	29.8	28.7	29.3	27.8	20.4
	TNOC en el mes (%)	22.5	24.2	22.8	25.7	24.2	23.3	28.7	26.9	24.6	26.2	23.5	17.9
	Promedio de permanencia (día)	1.2	1.3	1.1	1.2	1.1	1.1	1.1	1.2	1.1	1.1	1.0	1.1
	Nacionales (días)	1.3	1.4	1.2	1.3	1.2	1.2	1.2	1.3	1.2	1.2	1.0	1.1
	Extranjeros (días)	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.0	1.0
	Total de arribos en el mes	12 545	11 699	15 038	15 608	14 561	13 953	19 320	17 946	16 554	18 716	17 929	13 392
	Nacionales	7 446	7 135	8 079	7 847	8 036	8 773	9 995	9 775	8 374	8 701	9 801	8 433
	Extranjeros	5 099	4 564	6 959	7 761	6 525	5 180	9 325	8 171	8 180	10 015	8 128	4 959
	Total pernoctaciones mes	15 078	14 840	17 154	18 692	16 603	15 849	22 117	20 952	18 762	20 813	18 225	14 301
	Nacionales	9 690	9 784	9 514	10 393	9 695	10 274	12 153	12 254	10 071	10 272	10 079	9 239
	Extranjeros	5 388	5 056	7 640	8 299	6 908	5 575	9 964	8 698	8 691	10 541	8 146	5 062
	Total empleo en el mes	287	292	313	312	342	348	369	373	347	377	381	390
	<b>COBERTURA INFORMANTE</b>												
	En N° de establecimientos (%)	63.4	63.0	64.4	58.9	66.2	65.8	64.9	67.9	65.8	75.3	77.1	77.1
	En N° de habitaciones (%)	75.6	75.3	78.1	74.5	78.0	77.9	78.8	79.2	72.6	83.8	84.9	85.0

Fuente: Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje  
 Resultados de Informantes y Omisos con información disponible al 16/05/2009 11:05 am  
 ELABORACION: MINCETUR/SG/OGIE sobre la base de la información proporcionada por DIRCETUR - ICA

## **ANEXO 5: Análisis de normatividad del Boleto Turístico Nasca - Palpa**

### **I Antecedentes**

El Congreso de la República en su Período Parlamentario 2001 – 2006, ante la presentación de siete Proyectos de Ley de diversos grupos parlamentarios, aprueba el 23.03.2006 la Ley del Boleto Turístico; y remite el 27.03.2006 la autógrafa de la Ley al Presidente de la República para que dentro de los quince días posteriores proceda a publicarla u observarla. Vencido el plazo sin que el Presidente la observe ni la promulgue el Congreso el 20.04.2006 en cumplimiento de lo dispuesto por la Constitución Política, promulga la Ley y le asigna el N° 28719. Cabe destacar que dicha Ley se promulgo, publico y entro en vigencia, estando en vigencia la Ley N° 26961 “Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística”, actualmente derogada por la entrada en vigencia de la Ley N° 29408 Ley General de Turismo, promulgada el 17 de setiembre de 2009.

### **II Apreciaciones de la Ley N° 28719 Ley del Boleto Turístico**

La Ley tiene doce (12) artículos divididos en cuatro capítulos y cuatro (4) disposiciones complementarias y finales, divididos en cinco (5) capítulos.

A continuación un resumen del contenido más importante de la Ley N° 28719 Ley del Boleto Turístico:

#### ***Capítulo I. Disposiciones Generales.***

Norma el objeto de la Ley, cual es establecer las condiciones para crear el Boleto Turístico (BT) en los departamentos del país, señalar y la distribución de los ingresos por visitas a zonas, monumentos arqueológicos, museos y lugares históricos que conforman el Patrimonio Cultural de la Nación (PCN), de propiedad pública, administrados por el Instituto Nacional de Cultura (INC), para que se promoviendo su conservación y acondicionamiento turístico (Art.1°).

#### ***Capítulo II. Bienes del PCN integrados en un BT.***

Define el BT como documento que permite ingreso temporal y con fines turístico a los bienes del PCN de propiedad pública administrados por el INC y considerados aptos para integrar un corredor turístico (COTUR) y/o circuito turístico (CITUR). Los bienes del PCN privados y públicos no administrados por el INC pueden participar de los convenios que crean un BT.(Art.2).

Crea el Comité de Coordinación del BT (CCBT) con representantes de la Dirección Regional INC, Comercio Exterior y Turismo, y las Municipalidades donde se ubican los bienes del PCN del COTUR y/o del CITUR su labor es ad honórem (Art. 3°).

Señala las funciones del CCBT; como fija el valor del BT, coordina acciones para elaboración, aprobación y supervisión del Plan Maestro respectivo, integrar bienes del PCN al COTUR o CITUR, entro otros (Art. 4°).

Establece que la integración de un bien del PCN a un COTUR o CITUR requiere opinión previa favorable del INC (Art. 5°)

Dispone que el INC administre, recauda y distribuye los recursos por la venta del BT (Art. 6°).

Los ingresos del BT se distribuyen entre el INC y las Municipalidades donde se ubica el bien del PCN; el porcentaje se coordina entre los beneficiados según la competencia y función de cada uno señalados por Ley; el INC obligatoriamente deposita mensualmente en cuenta especial de cada beneficiado el porcentaje que corresponda (Art. 7º)

Establece como destino de los recursos entregados (Art. 8º), en el caso de las Municipalidades, a sus funciones (Ley N° 27972) sobre: I) saneamiento, salubridad y salud (Art. 80º); II) Tránsito, vialidad y transporte público (Art. 81º); III) Educación, Cultura, Deporte y Recreación (Art. 82º); y IV) Seguridad Ciudadana (Art. 85º); y en el caso del INC (Ley N° 28296 Ley General del PCN) a la identificación, inventario, inscripción, registro, investigación, protección, conservación, difusión y promoción de los bienes del PCN (Art. 19º).

### ***Capítulo III. Bienes del PCN no integrados en BT.***

Los bienes del PCN administrados por el INC no conformante de un COTUR y/o CITUR integrado a un BT, el INC entra el 10% de los ingresos recaudados por visitas turísticas, a la Municipalidad donde se encuentra el referido bien del PCN; los recursos obtenidos de estos bienes del PCN se destinan a las funciones antes señaladas al Municipio y al INC (Art. 9º y 10º).

### ***Capítulo IV. BT del Cusco.***

Regula en similares términos dispuesto para la creación del BT, la creación del Boleto Turístico del Cusco (BTC); se diferencian en que el BTC es administrado por la Municipalidad Provincial del Cusco por intermedio del Comité de Servicios Integrados Turísticos Culturales (COSITUC); asimismo fija el porcentaje de distribución del BTC (Municipalidad Provincial 20%; Distritales 40%; Dirección Regional INC 30%; y Dirección Regional Comercio Exterior y Turismo 10%. El destino de los recursos distribuidos del BTC debe destinarse a los fines ya referidos para el caso del BT, con el añadido que el porcentaje de la Dirección Regional Comercio Exterior y Turismo debe destinarse al desarrollo turístico (Art. 11º y 12º).

### ***Capítulo V. Disposiciones complementarias y finales.***

Dispone la obligación del INC de informar sobre los bienes del PCN aptos para integrar un COTUR y/o CITUR (Primera).

Exceptúa al Parque Arqueológico de Machu Picchu (Ley 28100) y a la Red de Caminos Inca del Santuario Histórico de Machu Picchu (D.S. N° 023-99- AG) (Segunda).

En 120 días calendario contados desde la publicación de la Ley N 28719 Ley del BT, debió estar listo el Reglamento de la misma (Tercera).

La Ley tiene vigencia desde el día siguiente a su publicación (Cuarta).

## **III Apreciaciones de la propuesta de Reglamento de la Ley N° 28719**

El documento bajo análisis es una propuesta de Reglamento de la Ley N° 28719 Ley del Boleto Turístico.

Si bien la propuesta de Reglamento no tiene fecha de elaboración, de su lectura, deducimos que fue elaborado durante la vigencia de la Ley N° 26961 "Ley para el Desarrollo de la

Actividad Turística” publicada el 03.06.1998; Ley que a la fecha se encuentra derogada por la Ley N° 29408 “Ley General de Turismo” publicada el viernes 18 de setiembre último.

Analizada la propuesta de Reglamento se ha establecido lo siguiente:

## **Apreciación General**

### **Boleto Turístico BT**

- Carece de redacción adecuada y concordancia con la propia Ley N° 28719 Ley del Boleto Turístico, la Ley N° 26961 “Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística” hoy derogada pero vigente cuando se elaboro la propuesta; y también con la vigente Ley N° 29408 “Ley General de Turismo”.
- Contiene artículos que contradicen la Ley N° 28719 Ley del Boleto Turístico y la vigente Ley N° 29408 “Ley General de Turismo”.
- Utiliza glosario de términos turísticos que no concuerdan ni con el establecido en la derogada Ley N° 26961 “Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística” ni con la vigente Ley N° 29408 “Ley General de Turismo”.
- Falta de concordancia entre los propios artículos del proyecto de Reglamento.
- Califica el BT como un documento.
- La edición del BT la realiza el órgano competente de la Dirección del INC y debe de contener información que la Ley manda (valor, vigencia, cobertura).
- El valor de los tipos de BTI los fija el Comité de Coordinación del BT (CCBT); sin embargo no precisa quien fija el valor del BTP.
- Dispone dos tipos de BT, el Boleto Turístico Integral BTI y el Boleto Turístico Parcial BTP, sin definir si el BTP por el que se visita un número menor de bienes del PCN integrantes del COTUR y/o CITUR, establece la relación fija y permanente de los bienes del PCN que el turista puede visitar; o si es a libre elección del turista.
- Limita la seguridad del BT a los sellos de seguridad del INC, sin considerar otros mecanismos de seguridad que permitan al BT ser infalsificables o de muy difícil falsificación.
- Establece mecanismos y puntos de ventas distintos entre el BTI y el BTP.
- Confunde las distribución y porcentaje de los recursos que ingresen por el BT y de los que ingresan por los bienes integrantes del PCN que no estando en la jurisdicción no han sido incorporados en un COTUR y/o CITUR.
- Limita la supervisión del arqueo y entrega de fondos a la oficina de administración del INC; sin considerar las atribuciones que tienen los órganos de control institucional y la propia Contraloría de la República.

### **Boleto Turístico del Cusco BTC**

- Califica al Boleto Turístico del Cusco como una “especie valorada”, a diferencia del BT que sólo lo considera un documento. En todo caso no es pertinente calificarlo como especie valorado en tanto y en cuanto es un documento que nace a partir de la contraprestación de un servicio.
- Debe mejorarse la redacción del texto.
- Realiza una clasificación del BTC en Boleto Turístico Integral con una codificación inadecuada BTI en vez de BTCL, esto a fin de diferenciarlo del BTI a que hace referencia los primeros capítulos de la propuesta de Reglamento; asimismo clasifica el BTI según público objetivo, esto es para estudiantes extranjeros (BEE), estudiantes nacionales (BEN) y para trabajadores nacionales (BIN).

- El valor y vigencia del BTC es determinado por el Comité de Servicios Integrados Turísticos Culturales (COSITUC)<sup>13</sup> y gira recibos o comprobantes de venta a las agencias de turismo por el stock que adquieran.
- El BEE exige excesivos requisitos para validar la condición de estudiante extranjero.
- El BIN y el BEN tienen carácter promocional sólo exige la presentación de DNI, carné de estudiante partida de nacimiento.
- La redacción de algunos artículos o no están completos o no tienen sentido como el caso del BTC Parcial.
- Limita la comercialización del BTC Parcial única y exclusivamente en los centros turísticos, no pudiendo ser adquiridos por stock.
- Se regula un procedimiento bastante especial para la recepción del BTC y el procedimiento de entrega.
- Limita exclusivamente en una persona la recepción del dinero recaudado en la venta de los BTC.
- Los arcos de los ingresos están a cargo del personal del COSITUC; la supervisión de los mismos, los fondos y los depósitos bancarios a la oficina de administración del INC; sin considerar las atribuciones que tienen los órganos de control institucional y la propia Contraloría de la República.

### **Apreciación Específica**

- El artículo 3° establece un corto glosario de términos sobre lo que se debe entender por Circuito Turístico y Corredor Turístico, conceptos que no estaban desarrollados en el artículo 3° de la Ley N° 26961 “Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística” hoy derogada pero vigente cuando se elaboró la propuesta; y por otro lado las definiciones bajo comentario, difieren de las que la vigente Ley N° 29408 “Ley General de Turismo” considera en su Anexo N° 2 “Glosario”. Debe entonces concordarse las definiciones con la Ley vigente para evitar que se manejen dos conceptos diferentes, y por tener que respetar las establecidas en la Ley pues es una norma de mayor jerarquía que un Decreto Supremo que corresponde dictar cuando se reglamenta una Ley.
- El artículo 11° del proyecto de Reglamento establece un plazo previo de 8 meses para poder modificar el valor del BT, comunicando tal variación al MINCETUR y gremios privados de turismo; sin embargo lo referido colisiona con lo dispuesto en el artículo 32° Ley N° 29408 “Ley General de Turismo”, pues esta señala que las tarifas por conceptos de visitas o ingresos con fines turísticos a las áreas naturales protegidas, así como a los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación, una vez establecidas por el órgano que resulte competente, deben ser publicadas en el Diario Oficial El Peruano en el mes de enero más próximo, y entra en vigencia a los doce (12) meses de su publicación, es decir, en el mes de enero del año siguiente, lo que es aplicable por simple lógica a cualquier variación del valor de la tarifa; norma que tiene lógica desde la perspectiva de la defensa del usuario o consumidor turista; concluyendo además el referido artículo 32°, que cualquier fijación del valor de la tarifa que efectúe sin el

---

<sup>13</sup> El Comité de Servicios Integrados Turístico Culturales-Cusco COSITUC, es el Comité formado por la Municipalidad Provincial del Cusco, Instituto Nacional de Cultura Cusco y la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, creado mediante el Convenio de Bases de Integración de los Servicios Turísticos Culturales del Cusco, suscrito en fecha 07 de Abril del año 1978, cuya autorización fue otorgada a través de la Resolución Suprema N° 0195-78-PM-CNAJ, del 06 de Noviembre del año 1978. COSITUC se rige por las disposiciones del Convenio de Bases de Integración de los Servicios Turísticos Culturales del Cusco, el Reglamento de dicho convenio, las posteriores adendas al convenio de Bases de Integración, la Ley del Boleto Turístico Ley N° 28719 y los instrumentos de gestión internos del propio COSITUC. COSITUC, es el Órgano encargado de la recaudación, administración y distribución de los recursos obtenidos por la venta del Boleto Turístico del Cusco, funciones que le han sido asignadas por la Ley del Boleto Turístico N° 28719.

procediendo normado en la Ley General de Turismo vigente, se considera nulo y no surte efecto alguno.

- El artículo 19° del proyecto de Reglamento referido a la distribución colisiona y contradice lo dispuesto en el artículo 7° numeral 7.3 de la Ley N° 28719 Ley del Boleto Turístico. En efecto esta contradicción se da pues el referido artículo 19° confunde la distribución y plazo para depositar el 10% de los ingresos recaudados por las tarifas por visitas turísticas a bienes integrantes del patrimonio cultural que no forman parte de un circuito o corredor turístico, que se encuentra normado en el artículo 9° de la Ley del BT, con la distribución y plazo para depositar lo recaudado por las tarifas por visitas turísticas a bienes integrantes del patrimonio cultural que si forman parte de un circuito o corredor turístico que se encuentra normado en el artículo 7° de la Ley del BT.
- El artículo 10° del proyecto de Reglamento establece diferentes clases de BT, tales como Boleto Turístico Integral BTI, Boleto Turístico Parcial BTP, debiendo fijarse para cada uno de ellos un valor; disponiendo complementariamente la facultad de fijar valores de tarifas promocionales según público objetivo (estudiantes, discapacitados, tercera edad y etc.) debiendo indicar tal condición los BT que se emitan para tal fin. En el caso del Boleto Turístico del Cusco, el proyecto de Reglamento señala otras clases adicionales de BTC tales como el Boleto Turístico Integral para Estudiantes Extranjero, para estudiantes nacionales y para trabajadores nacionales. Establecer clases de boletos según segmentos de mercados resulta engorroso y confuso; más práctico resulta que la norma faculte a quien fija el valor de la tarifa a establecer valores de tarifas diferenciadas, según la realidad de cada circuito o corredor turístico y el estudio de mercado respectivo, variables que determinaran la necesidad o no de establecer tarifas diferenciadas, tarifas promocionales o tarifa única. Cabe destacar además que la Ley del BT no dispone que el reglamento establezca la clases de BT que pueden existir, sin embargo si faculta a los CCBT a fijar el valor del BT, facultad y oportunidad a partir de que el Reglamento de la Ley debería facultar el establecimientos de valores diferenciados bajo los criterios que ya se han sugerido.
- La Ley N° 28719 Ley del Boleto Turístico, califica tanto al BT, como al BTC como documentos, según lo dispuesto en los artículos 2° numeral 2.1 y 11° numeral 11.1; sin embargo el proyecto de Reglamento dispone que el BT es un documentos ( art. 9°) y el BTC es una especie valorada (art. 24°). Ambos, el BT y el BTC deben ser considerados como documentos, pues no es admisible que el BTC sea considera una especie valorada, acepción que podría tener una semejanza con el concepto de tasa, puesto que el BT y el BTC son documentos que surgen de una relación contractual económica uy no del requerimiento de un servicio administrativo.
- El artículo 10° del proyecto de Reglamento establece en su tercer párrafo (cuya numeración de párrafos además está errada), que el valor de cada uno de los BTI los fija el CCBT; sin embargo no precisa literalmente quien fija el valor del BTP.
- El artículo 10° del proyecto de Reglamento dispone dos tipos de BT, el Boleto Turístico Integral BTI y el Boleto Turístico Parcial BTP, sin definir si el BTP por el que se visita un número menor de bienes del patrimonio cultural integrantes del COTUR y/o CITUR, establece la relación fija y permanente de los bienes del PCN que el turista puede visitar; o si es a libre elección del turista.
- El artículo 14° y 34° del proyecto de Reglamento limita la seguridad del BT a los sellos de seguridad del INC, no considerando mecanismos alternativos o adicionales de seguridad como hologramas u otros medios que permitan al BT ser infalsificables o de muy difícil falsificación.
- Establece mecanismos y puntos de ventas distintos entre el BTI y el BTP (ver art. 13°, 15° Y 16°), diferencia a la que no le encontramos razón alguna.
- Limita la supervisión del arqueo y entrega de fondos a la oficina de administración del INC; sin considerar las atribuciones que tienen los órganos de control institucional y la propia Contraloría de la República (ver art. 18° y 40°).

- El BEE exige excesivos requisitos para validar la condición de estudiante extranjero (ver art. 25° de la propuesta de Reglamento); pero para el BIN y el BEN tienen carácter promocional y sólo exige la presentación de DNI, carné de estudiante partida de nacimiento.
- La norma sobre el BTC Parcial sancionada en el artículo 28° del proyecto de Reglamento, está incompleta, su redacción no tiene sentido. Limita la comercialización del BTC Parcial única y exclusivamente en los centros turísticos, no pudiendo ser adquiridos por stock, disposición a la que no se le encuentra sentido.
- Se regula un procedimiento sui generis para la recepción del BTC en la imprenta con presencia de Notario o Fedatario y se levanta acta (cantidad, tipos, series, etc.) y prosigue con una regulación sobre el procedimiento de entrega por personal de la Dirección Regional del MINCETUR a la Oficina Ejecutiva del Comité – OFEC ingresando como “documento valorado”, calidad que la norma no desarrolla ni precisa sobre el significado ni la implicancia de tal calidad (ver art. 31°y 32° de la propuesta de Reglamento).
- El proyecto de Reglamento, limita exclusivamente en la persona del Tesorero de COSITUC, la recepción de el dinero recaudado en la venta de los BTC (ver art. 38° numeral 38.5 de la propuesta de Reglamento).
- El proyecto de Reglamento dispone que Los arcos de los ingresos están a cargo del personal del COSITUC; la supervisión de los mismos, los fondos y los depósitos bancarios a la oficina de administración del INC; sin considerar las atribuciones que tienen los órganos de control institucional y la propia Contraloría de la República (ver art. 38° numeral 38.6 y 38.7).

## **Opinión**

El texto de la propuesta de Reglamento de la Ley del Boleto Turístico, debe ser revisado para mejorar el mismo; pues adolece de falta de concordancia entre sus propios artículos y artículos de la Ley del Boleto Turístico y la Ley General de Turismo, y asimismo contiene artículos que colisionan frontalmente con normas sancionadas en las dos leyes referidas.

## **ANEXO 6: Resultados del taller participativo**

Los participantes de la mesa de trabajo de turismo analizaron la propuesta presentada por los consultores del equipo técnico y se obtuvieron las siguientes conclusiones:

### **Para el Programa de mercadeo turístico del territorio Nasca y Palpa**

Debe haber un proyecto del macroproducto, y este incluir lo de rutas y productos turísticos alternativos en el destino turístico Nasca y Palpa, tomando en cuenta los siguientes atractivos y recursos:

#### **NASCA**

- Atractivo Nivel 4 (genera flujo turístico por si solo): Líneas y geoglifos de Nasca
- Atractivos complementarios (con visitas en la actualidad): Acueducto Cantalloc, Cementerio Chauchilla, Mirador en Pampa de Nasca, Paredones, Aguja y Telar.
- Recursos turísticos: Cahuachi, Acueductos (en especial Ocongalla y Achaco), Complejo Megalítico Marcona, Zona Reservada San Fernando, Cementerio Aja, Duna Cerro Blanco, Cerro Marcha.,

#### **PALPA**

- Atractivos: Sacramento, Llipata
- Recursos: C. Huayurí, Petroglifos Chichitara, Buenavista, Lagar de la Peña
- Para el proyecto de Identificación y gestión comercial de segmentos y nichos, considerar como intereses especiales factibles en Nasca y Palpa, turismo de investigación, de deportes de aventura, de naturaleza y cultural.
- Para el proyecto de extensión de la permanencia y gasto turísticos, plantear estrategias tales como guiones al ente de turismo, mejores ofertas, incluso esparcimiento, alimentación de información a agencias emisoras, ordenamiento, limpieza y ornato urbano, que estimule la permanencia de los visitantes.

### **Para el Programa de gestión del destino turístico Nasca y Palpa**

Para el proyecto de establecimiento de un ente de gestión turística público-privado, es necesario obligatoriamente incorporar a INC y SERNANP. También invitar entes como: Cofopri, MEM, Agricultura, Mininter

Para el proyecto de fortalecimiento de la institucionalidad para la conservación del patrimonio, la limpieza y el ornato del destino y la seguridad turística, incluyendo respaldo económico, personal, equipos y aspectos legales, debe haber mayor compromiso de las entidades municipales, para comprometerse en sus funciones básicas, como limpieza y seguridad, como un medio de aumentar la permanencia del visitante y aumentar la autoestima de los pobladores. Cuando exista el apoyo debe realizarse un permanente monitoreo de resultados.

### **Para el Programa de infraestructura y equipamiento turístico**

El mirador que propone realizar COPESCO debe ser revisado sobre su ubicación, diseño, altura, entre otros. Deben considerarse elementos clave como estacionamientos, capacidades, seguridad y servicios higiénicos. No es conveniente tener un centro de interpretación adscrito a la torre.

### **Para el Programa de calidad turística y capacitación**

Coordinar con Mincetur para la aplicación de las propuestas del Proyecto Caltur a nivel nacional, donde se trabaja en mejora de los estándares de calidad a diferentes niveles.

El representante de Aerocondor señaló que para mejorar la calidad del servicio aéreo es necesaria la aprobación de una ruta común Nasca – Palpa, mejores controles de tributación, obligación de pilotos de actualizarse en la información sobre las líneas y contar con una banda moderada de precios.

El representante de Aerodiana mencionó que es muy difícil que se puedan considerar alternativas de vehículos sobre las líneas, por ejemplo ultraligeros con pasajeros (pero si para vigilancia) y globos aerostáticos.

### **Para el componente de Manejo del Territorio**

Existe consenso en que todos los proyectos de este componente son válidos y deben ser incluidos. Se sugirió la inclusión de un reglamento de la zonificación planteada en el taller anterior, debiendo ser el ente de gestión del plan el llamado a trabajar consensuadamente este tema.

### ***Aportes a la Línea de Actuación***

El representante de Drincetur, Elard Roca, señaló que su sector cuenta con los siguientes perfiles y estudios de factibilidad:

- Perfil: Circuito de Acueductos los Nazkas
- Perfil: Puesta en valor Petroglifos Chichitara
- Perfil: Puesta en valor Chauchilla
- Proyecto: Complejo Megalítico Acuático y Fauna San Juan de Marcona
- Estudio de Prefactibilidad: Ruta turística Nasca – Centro ceremonial

Ha ofrecido proporcionarlo para revisión y eventual inclusión.

### ***Para el Plan en General:***

Es necesario contar con un Comité Mixto Permanente de Control de Daños Actualizados

Es necesario insertar conciencia turística en los niveles escolares, no solo conciencia patrimonial, incluyendo iniciativas mixtas con el sector privado. El Sr. Herrán mencionó la posibilidad de premiar alumnos con mejores proyectos con vuelos sobre las líneas.

## ANEXO 7: Encuesta a Turistas Extranjeros

### EVALUACION DE LA EXPERIENCIA TURISTICA EN LAS LINEAS DE NAZCA - TURISTAS EXTRANJEROS -

ENCUESTADOR: \_\_\_\_\_ FECHA : \_\_\_\_/\_\_\_\_/2009

1. SUDAMERICA \_\_ 2. NORTEAMERICA\_\_ 3. EUROPA\_\_ 4. OTROS\_\_

1. VISITO NAZCA POR PRIMERA VEZ \_\_ 2. VISITO NAZCA .....VECES

Estimado/a turista, el Instituto Nacional de Cultura es una institución peruana que tiene por finalidad el cuidado, la conservación y el desarrollo del área turística de las Líneas de Nazca. Para poder lograrlo mejor, necesitamos información de personas como usted que han visitado esta área, razón por la cual le estamos pidiendo nos conceda unos minutos de su tiempo para contestar este cuestionario. Sus respuestas sinceras son muy importantes para nosotros y harán que nuestro trabajo sea más eficiente.

La encuesta es totalmente voluntaria, y las respuestas otorgadas serán tratadas de manera confidencial. Solamente se expondrán los resultados de manera colectiva y estadística. El encuestador a cargo puede resolverle cualquier inquietud que usted tenga sobre este estudio. Muchas gracias por su colaboración.

Por favor, marque un círculo alrededor del número que contenga su respuesta. Marque una sola respuesta por pregunta salvo que se indique lo contrario. Escriba con letra mayúscula sus respuestas y comentarios.

1. ¿Usted está viajando...?

1. Solo
2. Con pareja
3. Grupo familiar directo (padres e hijos)
4. En grupo

2. ¿Cuál es la modalidad de su viaje?

1. Con Agencia de viaje/ turismo contratada en la localidad
2. Con Agencia de viaje/ turismo contratada en Lima
3. Con Agencia de viaje/ turismo contratada fuera de Perú
4. No estoy/estamos usando agencia de viaje/turismo

3. ¿Cuál fue la motivación de su visita a las Líneas de Nazca?

1. Cultural
2. Esotérica
3. Otras....

4. En una escala de 0 a 10, donde 0 corresponde a NINGUNA EXPECTATIVA y 10 corresponde a MAXIMA EXPECTATIVA, ¿qué nivel de expectativa tenía usted sobre las Líneas de Nazca antes de su visita?

Ninguna	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Máxima
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------

1. En una escala de 0 a 10, donde 0 corresponde a NINGUNA REALIZACION DE SU EXPECTATIVA y 10 corresponde a MAXIMA REALIZACION DE SU EXPECTATIVA, ¿en qué nivel de realización de su expectativa ubicaría a las Líneas de Nazca después de su visita?

Ninguna	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Máxima
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------

2. Indique la razón o razones del puntaje que marcó en la pregunta anterior.

.....  
 .....  
 .....

3. ¿Cuál fue su nivel de satisfacción con los siguientes aspectos de su visita a las Líneas de Nazca?

(TI = Totalmente insatisfecho, I = Insatisfecho, NSNI = Ni satisfecho ni insatisfecho, S = Satisfecho y TS = Totalmente satisfecho)

ASPECTOS	TI	I	NS NI	S	TS
1. El vuelo en si	1	2	3	4	5
2. El trato recibido durante el vuelo	1	2	3	4	5
3. La forma en que maneja el piloto	1	2	3	4	5
4. Información brindada durante el vuelo	1	2	3	4	5
5. Calidad del servicio recibido	1	2	3	4	5
6. Comodidad dentro del avión	1	2	3	4	5
7. Higiene / Limpieza del avión	1	2	3	4	5
8. Seguridad del vuelo	1	2	3	4	5
9. Condición física del avión	1	2	3	4	5
10. Conveniencia de horarios	1	2	3	4	5
11. Respeto a las reservas	1	2	3	4	5

4. ¿Subió usted al Mirador para apreciar el panorama de las Líneas?.

1. Si

2. No ? **pase a la pregunta 10**

5. ¿Cuál fue su nivel de satisfacción con los siguientes aspectos del Mirador?

(TI = Totalmente insatisfecho, I = Insatisfecho, NSNI = Ni satisfecho ni insatisfecho, S = Satisfecho y TS = Totalmente satisfecho)

ASPECTOS	TI	I	NS NI	S	TS
1. La estructura del Mirador	1	2	3	4	5
2. La facilidad de acceso	1	2	3	4	5
3. La altura del Mirador	1	2	3	4	5
4. El panorama que se alcanza a ver de las Líneas					
5. Comodidad para realizar la observación	1	2	3	4	5
6. Información brindada durante la observación	1	2	3	4	5
7. Higiene / Limpieza del Mirador	1	2	3	4	5
8. Seguridad del Mirador	1	2	3	4	5

6. En base a la experiencia que ha tenido durante su visita a las Líneas de Nazca, ¿cree Ud. que valió la pena haber gastado US\$50.00 en pagar la tarifa del vuelo?

- Si valió la pena **pase a la pregunta N° 12**
- No valió la pena

7. Por favor indique por que razón o razones no valió la pena haber gastado US\$ 50.00 en pagar la tarifa del vuelo. (Respuesta múltiple).

- Porque los atractivos no alcanzaron mis expectativas
- Por la falta de infraestructura / instalaciones
- Por el mal servicio brindado
- Porque los guías (el guía) no fueron buenos
- Otros ( por favor describa) \_\_\_\_\_

.....  
 .....

1. Teniendo en cuenta toda su experiencia en las Líneas de Nazca, ¿qué valor como destino turístico tienen para usted? Para ello utilice una escala del 0 a 10 puntos, donde 0 corresponde a NINGUN VALOR y 10 corresponde a MAXIMO VALOR

Ningún valor	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Máximo valor
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------------

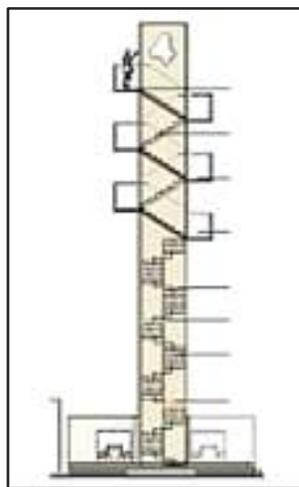
2. (Si en la pregunta anterior no marcó 10 conteste, de lo contrario pase a pregunta 14) ¿Qué tendría que mejorar en las Líneas de Nazca para que merezca un valor máximo de 10 como destino turístico?

-----

-----

-----

3. Se piensa construir un nuevo Mirador que reemplazará al actual. Tendrá las características que se indican en esta ilustración.



4. ¿Está usted de acuerdo en que este nuevo Mirador reemplace al actual?

1. Está de acuerdo
2. Le da lo mismo
3. No está de acuerdo

5. Ha visitado usted otros lugares turísticos en Nazca?

1. Si
2. No ? **Pase a pregunta 23**

6. ¿Qué lugares ha visitado?.

.....

.....

.....

7. En términos generales y considerando todos los lugares visitados en Nazca, ¿qué tan satisfecho está con su visita?

1. Totalmente insatisfecho
2. Insatisfecho
3. Ni satisfecho ni insatisfecho
4. Satisfecho
5. Totalmente satisfecho

8. ¿Aproximadamente, cuál es su gasto total para su viaje a Nazca? (por favor excluya tarifas de boletos aéreos internacionales pero incluya tarifas de viaje hasta Nazca. Incluya gastos de paquetes turísticos. Si el costo de un paquete cubre el viaje entre Nazca y otros lugares, estime la porción del costo correspondiente a Nazca).

US\$ \_\_\_\_\_ durante este viaje a Nazca

9. ¿Cuántas personas están incluidas en esos gastos?

En esos gastos están incluidas \_\_\_\_\_ (Número) personas.

Finalmente, nos gustaría saber más sobre los visitantes de Las Líneas de Nazca. Estas respuestas, así como las anteriores, permanecerán confidenciales y se usarán sólo como datos estadísticos.

10. ¿Usted es?

1. Hombre
2. Mujer

1. ¿Qué país es su lugar habitual de residencia?

\_\_\_\_\_

2. ¿Cuál es su nacionalidad?

\_\_\_\_\_

3. ¿Cuál es su edad?

1. Menos de 24 años
2. 25 - 34 años
3. 35 - 44 años
4. 45 - 54 años
5. Más de 54 años

4. ¿Cuál es su estado civil?

1. Soltero
2. Con pareja

5. ¿Cuál es el grado de instrucción que ha alcanzado?

1. Primaria
2. Secundaria
3. Técnica
4. Universitaria
5. Post Grado
6. Maestría
7. Doctorado

6. ¿Cuál es su ocupación actual?

1. Estudiante
2. Obrero, artesano, agricultor
3. Empleado
4. Profesional técnico
5. Profesional ejecutivo
6. Alto funcionario
7. Otro (especifique) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

7. ¿Cuál es su ingreso anual fuera de impuestos? (Marque si es en US\$ o en Euros. Si no conoce la cantidad en US\$ o en Euros, por favor escríbala en la última casilla en su propia moneda).

a. ( ) US\$                      b. ( ) Euros

1. Menos de 20,000
2. De 20,000 a 39,999
3. De 40,000 a 59,999
4. De 60,000 a 79,999
5. De 80,000 a 99,999
6. De 100,000 a 119,999
7. De 120,000 a 139,999
8. De 140,000 a 159,999
9. De 160,000 a 179,999
10. De 180,000 a 199,999
11. De 200,000 a más
12. No lo sé en US\$. Mi ingreso anual

es de (cantidad) \_\_\_\_\_

en (moneda) \_\_\_\_\_

**Gracias por completar la encuesta!!**

=====

SU NOMBRE Y APELLIDOS: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

HOTEL: \_\_\_\_\_

DIRECCION DEL HOTEL : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

SUPERVISOR : \_\_\_\_\_

EDITOR : \_\_\_\_\_

CODIFICADOR : \_\_\_\_\_

DIGITADOR : \_\_\_\_\_

## Ficha Técnica:

### **1. POBLACION OBJETO DE ESTUDIO (POE)**

La POE estuvo constituida por turistas extranjeros que visitan las Líneas de Nasca.

### **2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

Fueron objetivos del estudio conocer:

- Perfil demográfico de los turistas: sexo, edad, país, ocupación, ingresos, modalidad de visita: paquete comprado fuera, paquete comprado en Perú, por su cuenta.
- Motivación de la visita: cultural, esotérica.
- Percepción experiencia de la visita.
- Índice de Satisfacción con la visita: Expectativa vs. Realización.
- Nivel de satisfacción con el vuelo en sí.
- Satisfacción con la información brindada en el vuelo.
- Nivel de satisfacción con el trato recibido en vuelo.
- Percepción de la calidad del servicio utilizado.
- Otros lugares visitados en Nasca – Palpa.
- Satisfacción por la experiencia de los tours en Nasca.
- Otros lugares visitados dentro del Perú.
- Gasto realizado y/o comprometido en el viaje y en la visita.
- Sugerencias de mejora del servicio.
- Evaluación del actual observatorio y de uno nuevo.
- Evaluación de la implementación de un servicio de observación mediante globo aerostático.

### **3. DISEÑO DEL ESTUDIO**

El estudio se realizó bajo un diseño concluyente descriptivo, aplicado a una muestra representativa de la POE.

### **4. RECOLECCION DE INFORMACION**

- a) Técnica de Investigación  
Se empleó la técnica de entrevista personal en la modalidad de encuesta presencial después de la visita a las Líneas de Nasca.
- b) Instrumento de recopilación de información  
El instrumento de recopilación de información fue un cuestionario directo estructurado cubriendo los objetivos planteados. El cuestionario tuvo versiones en español e inglés.
- c) Trabajo de Campo  
El trabajo de campo fue ejecutado por tres entrevistadores y un supervisor adecuadamente entrenados, entre setiembre y octubre del 2009.
- d) Punto de muestreo  
Las encuestas se realizaron en el aeropuerto, a la llegada de los turistas después de haber hecho el recorrido. Para tal fin se gestionaron los permisos correspondientes ante CORPAC.

e) Control de Calidad

El trabajo de campo tuvo dos controles de calidad. Un primer control fue efectuado in situ, una vez aplicado el cuestionario, supervisando el 30% del trabajo de cada entrevistador.

Un segundo control de calidad consistió en la revisión del 100% de la información recogida en los cuestionarios a fin de detectar posibles errores u omisiones que puedan presentarse.

## 5. DISEÑO MUESTRAL

a) Universo

Visitantes a Nasca que toman el servicio de sobrevuelo a los Geoglifos.

b) Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra fue de 100 encuestas (se realizaron finalmente 127), lo que permitió trabajar los resultados totales con error muestral de 9.8% para un nivel de confianza de 95%.

c) Selección de la muestra

Se realizó una selección aleatoria por intervalo.

## 6. DURACIÓN

7 días de trabajo de campo.

15 días para el procesamiento de datos.

Resultados de las encuestas:

### Procedencia de los visitantes

Tabla N° 1

REGIÓN DE PROCEDENCIA	Q	%
SUDAMÉRICA	12	9,40
NORTEAMÉRICA	19	15,00
EUROPA	89	70,10
OTROS	7	5,50
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>100,00</b>

En cuanto a la procedencia por países, la mayor parte declaró venir de Inglaterra (28), Holanda (22), España (13) y Estados Unidos (12).

### Frecuencia de la visita

Tabla N° 2

VECES QUE VISITÓ NASCA	Q	%
PRIMERA VEZ	127	100,00
SEGUNDA VEZ	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>100</b>

### Grupo de viaje

Tabla N° 3

CON QUIÉN VIAJÓ	Q	%
SOLO	35	27,60
CON PAREJA	32	25,20
EN GRUPO FAMILIAR	6	4,70
EN OTRO TIPO DE GRUPO	54	42,50
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>100,00</b>

### Modalidad de viaje

Tabla Nº 4

MODALIDAD DE VIAJE	Q	%
CON AGENCIA LOCAL	26	20,50
CON AGENCIA DE LIMA	9	7,10
CON AGENCIA EN ORIGEN	53	41,70
SIN AGENCIA	38	29,90
NO RESPONDE	1	0,80
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>100,00</b>

### Motivación de la visita

Tabla Nº 5

MOTIVACIÓN DE VISITA	Q	%
CULTURAL	115	90,60
ESOTÉRICA	9	7,10
OTRAS	1	0,80
CURIOSIDAD	1	0,80
NO RESPONDE	1	0,80
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>100,00</b>

### Nivel de expectativa y nivel de realización

Tabla Nº 6

NIVEL DE EXPECTATIVA	MÍNIMA	MÁXIMA	MEDIA
HOMBRES	0,00	10,00	8,19
MUJERES	0,00	10,00	8,11
<b>TOTAL</b>	<b>0,00</b>	<b>10,00</b>	<b>8,15</b>

Tabla Nº 7

NIVEL DE REALIZACIÓN	MÍNIMA	MÁXIMA	MEDIA
HOMBRES	2,00	10,00	9,01
MUJERES	2,00	10,00	9,15
<b>TOTAL</b>	<b>2,00</b>	<b>10,00</b>	<b>9,08</b>

## Nivel de satisfacción con el vuelo

Tabla N° 8

NIVEL DE SATISFACCIÓN CON EL VUELO	MÍNIMA	MÁXIMA	MEDIA
SATISFACCIÓN GENERAL	3,00	5,00	4,49
TRATO RECIBIDO	2,00	5,00	4,30
MANEJO DEL PILOTO	2,00	5,00	4,41
INFORMACIÓN BRINDADA	2,00	5,00	4,20
CALIDAD DEL SERVICIO	2,00	5,00	4,36
COMODIDAD	2,00	5,00	4,04
HIGIENE/LIMPIEZA	2,00	5,00	3,98
SEGURIDAD	3,00	5,00	4,45
CONDICIÓN DEL AVIÓN	2,00	5,00	3,91
HORARIOS	2,00	5,00	3,89
RESERVAS	1,00	5,00	3,78

## Observación desde el mirador

Tabla N° 9

¿SUBIÓ AL MIRADOR?	Q	%
SÍ	26	20,50
NO	97	76,40
NO RESPONDE	4	3,10
TOTAL	127	100,00

## Nivel de satisfacción con el mirador

Tabla N° 10

NIVEL DE SATISFACCIÓN CON EL MIRADOR	MÍNIMA	MÁXIMA	MEDIA
ESTRUCTURA	2,00	5,00	3,68
FACILIDAD DE ACCESO	3,00	5,00	4,04
ALTURA	2,00	5,00	3,88
PANORAMA	3,00	5,00	4,00
COMODIDAD	2,00	5,00	3,68
INFORMACIÓN BRINDADA	1,00	5,00	3,40
HIGIENE/LIMPIEZA	2,00	5,00	3,52
SEGURIDAD	3,00	5,00	3,88

## Satisfacción con el precio pagado

Tabla N° 11

¿VALIÓ LA PENA HABER PAGADO US\$ 50 POR EL VUELO?	Q	%
SÍ	108	85,00
NO	13	10,20
NO RESPONDE	6	4,70
TOTAL	127	100,00

## Valor de las Líneas como destino turístico

Tabla N° 12

VALOR DE LAS LÍNEAS COMO DESTINO TURÍSTICO	MÍNIMA	MÁXIMA	MEDIA
HOMBRES	4,00	10,00	9,00
MUJERES	4,00	10,00	8,98
TOTAL	4,00	10,00	8,99

## 21. Actitud ante el posible reemplazo del mirador actual

Tabla N° 13

¿ESTARÍA DE ACUERDO CON REEMPLAZAR EL MIRADOR ACTUAL?	Q	%
SÍ	54	42,50
LE DA LO MISMO	23	18,10
NO	6	4,70
NO RESPONDE	44	34,60
TOTAL	127	100,00

## Visita a otros atractivos

Tabla N° 17

¿VISITÓ OTROS ATRACTIVOS EN NASCA?	Q	%
SÍ	46	36,20
NO	81	63,80
TOTAL	127	100,00

## Atractivos más visitados

Tabla N° 18

¿QUÉ OTROS ATRACTIVOS VISITÓ?	Q	%
ACUEDUCTOS	27	31,80
CHAUCHILLA	29	34,10
PAREDONES	7	8,20
CAHUACHI	7	8,20
MUSEO ANTONINI	7	8,20
PLANETARIO	5	5,90
OTROS	1	1,20
NO RESPONDE	2	2,40
TOTAL	85	100,00

## Nivel de satisfacción con la visita a Nasca

Tabla N° 19

NIVEL DE SATISFACCIÓN CON LA VISITA	Q	%
INSATISFECHO	1	0,80
NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	7	5,50
SATISFECHO	61	48,00
TOTALMENTE SATISFECHO	51	40,20
NO RESPONDE	7	5,50
TOTAL	127	100,00

## Gasto total en Nasca

Tabla N° 20

GASTO TOTAL EN NASCA	Q	%
US \$ 40	1	1,00
US \$ 50	6	6,00
US \$ 60	6	6,00
US \$ 70	9	9,00
US \$ 80	3	3,00
US \$ 90	6	6,00
US \$ 100	39	39,00
US \$ 120	7	7,00
US \$ 140	1	1,00
US \$ 150	11	11,00
US \$ 200	7	7,00
US \$ 250	3	3,00
US \$ 800	1	1,00
TOTAL	100	100,00

## Gasto medio según sexo

Tabla N° 21

GASTO MEDIO	MÍNIMA	MÁXIMA	MEDIA
HOMBRES	40,00	250,00	107,32
MUJERES	50,00	800,00	126,82
TOTAL	40,00	800,00	115,90

## Grado de instrucción de los visitantes

Tabla Nº 22

GRADO DE INSTRUCCIÓN	Q	%
PRIMARIA	2	1,60
SECUNDARIA	14	11,00
TÉCNICA	29	22,80
UNIVERSITARIA	44	34,60
POSTGRADO	18	14,20
MAESTRÍA	10	7,90
DOCTORADO	7	5,50
NO RESPONDE	3	2,40
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>100,00</b>

## Ocupación actual de los visitantes

Tabla Nº 23

OCUPACIÓN ACTUAL	Q	%
ESTUDIANTE	3	2,40
OBRAERO/ARTESANO	2	1,60
EMPLEADO	45	35,40
PROFESIONAL TÉCNICO	21	16,50
PROFESIONAL EJECUTIVO	14	11,00
ALTO FUNCIONARIO	7	5,50
SU CASA	1	0,80
DOCENTE	4	3,10
PROFESIONAL HOSTELERO	1	0,80
GUÍA DE TURISMO	1	0,80
EMPRESARIO DE PUBLICIDAD	1	0,80
BIÓLOGO	1	0,80
JUBILADO/RETIRADO	7	5,50
MASOTERAPISTA	1	0,80
CONTADOR	2	1,60
ABOGADO	2	1,60
TRABAJADOR SOCIAL	1	0,80
PERIODISTA	2	1,60
INGENIERO	2	1,60
FUNCIONARIO	1	0,80
DIRECTOR ADMINISTRATIVO	1	0,80
SECRETARIA	1	0,80
LABORATORISTA	1	0,80
NO RESPONDE	5	3,80
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>100,00</b>

## Ingreso en dólares de los visitantes

Tabla Nº 24

INGRESO EN DÓLARES	Q	%
MENOS DE 20.000	10	13,00
DE 20.000 A 39.999	16	20,80
DE 40.000 A 59.999	34	44,20
DE 60.000 A 79.999	10	13,00
DE 80.000 A 99.999	7	9,00
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>100,00</b>

## Edad de los visitantes

Tabla Nº 25

RANGO DE EDAD	Q	%
MENOS DE 24 AÑOS	1	0,80
DE 25 A 34 AÑOS	34	26,80
DE 35 A 44 AÑOS	42	33,10
DE 45 A 54 AÑOS	23	18,10
MÁS DE 54 AÑOS	26	20,40
NO RESPONDE	1	0,80
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>100,00</b>

## Estado civil de los visitantes

Tabla Nº 26

ESTADO CIVIL	Q	%
SOLTERO	73	57,50
CON PAREJA	49	38,60
NO RESPONDE	5	3,90
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>100,00</b>

## **ANEXO 8: Resultados del taller con el sector turismo**

El 28 de setiembre del 2009 se realizó un taller con actores locales de turismo para para obtener opinión acerca de diversos temas. Un resumen de lo realizado y obtenido se presenta a continuación.

### **PARTICIPANTES**

Mario Olaechea	INC
Juan José Palomino	Dircetur
Alberto Urbano	INC
Nhayú Arrascue	Municipalidad Prov. de Nasca
Barthelemy d'Ans Alleman	Planetario María Reiche
Manuel Huamaní	Caretur Nasca
Bernardo Chávez	Caretur Nasca
Renzo Caballero	Dematours
Félix Quispe	Museo Incahuasi
Rosa Ayquipa	AVT Perú Nasca Tours
Juan Valdivia	Asociación de Guías
Wilber Quispe	Asesor de Caretur Nasca
Alfredo Rojas	Ppto. Participativo GORE Ica

### **FICHA TÉCNICA**

Fecha

28 de setiembre

Lugar

INC-Nasca

Participantes

Mario Olaechea	INC
Juan José Palomino	Dircetur
Alberto Urbano	INC
Nhayú Arrascue	Municipalidad Prov. de Nasca
Barthelemy d'Ans Alleman	Planetario María Reiche
Manuel Huamaní	Caretur Nasca
Bernardo Chávez	Caretur Nasca
Renzo Caballero	Dematours
Félix Quispe	Museo Incahuasi
Rosa Ayquipa	AVT Perú Nasca Tours
Juan Valdivia	Asociación de Guías
Wilber Quispe	Asesor de Caretur Nasca
Alfredo Rojas	Ppto. Participativo GORE Ica

Técnica de investigación

Focus group en la modalidad de grupo de juicio.

Instrumento de recolección de información

Guía de diálogo mediante cuestionario no estructurado.

## Resultados del diálogo

### • Valoración de los geoglifos

Todos los participantes coincidieron en que los geoglifos de Nasca son: invaluable, indescritible, intangible, misterioso. Igualmente en que son parte de nuestra identidad y que aportan al desarrollo local, regional y nacional.

Igualmente valoran su reconocimiento como Patrimonio Mundial y lo consideran como un destino (atractivo/producto) turístico único en el mundo.

También lo consideran un producto bandera, cuya vigencia es responsabilidad de todos.

Además siendo que lo reconocen como una expresión cultural, consideran que lo cultural y lo místico son complementarios y que el tema místico no está desarrollado apropiadamente. Uno de los participantes acuñó el término “criptoturismo”, que los demás consideraron pertinente.

### • Protección y preservación de los geoglifos

Este tema dio lugar a un amplísimo intercambio de ideas. Los participantes consideraron unánimemente que los geoglifos no están adecuadamente protegidos. Uno de ellos señaló que “hay quienes viven del patrimonio y les importa un comino su conservación”. Muchos coincidieron en que las leyes deben ser un poco más duras. Un asistente refirió la historia de que un presentador coreano bajó en un dibujo desde un helicóptero, violando ostensiblemente las normas, pero que hasta ahora no se conoce de la aplicación de una sanción efectiva.

También los concurrentes coincidieron en que hay instituciones encargadas de la conservación, específicamente el INC, pero que la normatividad que regula sus facultades y actuación no se traduce en una presencia significativa en defensa del patrimonio y eso se expresa en que las Municipalidades no respetan al INC y el propio INC se automutila. Por otro lado, señalaron varios asistentes, el INC es muy centralista. La Ley 28296 se ha visto avasallada por las Municipalidades, cuyo único propósito aparente es recaudar. Hubo unanimidad respecto a que el bien debe ser protegido con los propios recursos que genera.

Los geoglifos de las Pampas de Nasca y Jumana -afirmaron consensualmente- son intangibles y su ámbito no está delimitado. No sólo hay turismo: hay minería, ganadería y otras actividades. El Plan de Manejo debe incluir a las actividades antrópicas que ya están allí.

Otro factor claramente identificado por el taller es la falta de conciencia de la ciudadanía. “Existe complicidad pasiva -señaló un participante- si no digo nada frente a las violaciones de la conservación”.

Además algunos asistentes identificaron que faltan especialistas en protección del patrimonio y que el patrimonio no tiene las herramientas de defensa. Precisaron que la extensión de las Pampas es tan grande (550 km<sup>2</sup>) que no es manejable con las herramientas actuales y menos si no hay recaudación con propósito de protección y conservación. Hoy sólo están asignados un arqueólogo encargado y 4 personas para cuidar toda la pampa.

En esta “tierra de nadie”, afirmaron varios participantes, la Municipalidad de Vista Alegre cobra 20 soles para el uso de su aeropuerto, sin que se aplique una tasa a la protección del sitio. Hoy existe una auténtica sobrecarga de vuelos, precisó uno de los concurrentes.

Otro de los participantes afirmó que “las avionetas no agreden, agreden los que recorren la carretera y los propios pobladores locales con sus actividades cotidianas, frecuentemente 200 cabras que recorren la pampa”.

Hubo total acuerdo en que debe reglamentarse el usufructo de las líneas y que es necesario desarrollar programas de sensibilización a las comunidades, que no reciben ni una gota de los ingresos que generan los geoglifos, en el marco de una estrategia inclusiva. En este sentido hubo consenso en aprovechar los conceptos inclusivos que propone la nueva Ley General de Turismo.

- **Compromiso de la población y las instituciones**

Nuevamente este tema provocó un muy importante intercambio de opiniones. Los participantes señalaron que no existe el compromiso mínimo de la población y las instituciones involucradas con la gestión sostenible de los geoglifos y que se requiere articular a las instituciones que tienen algún nivel de compromiso.

Un participante hizo un poco de historia y recordó que fue la doctora María Reiche, junto con algunos aliados, quien logró la consagración de las Líneas como Patrimonio Cultural de la Humanidad. Hoy, dijo, la pelota está en la cancha del INC, pero el Instituto es incapaz de resolver solo este problema. Cuando hay plata de por medio, añadió, comienza la desunión. Sugirió que se constituyera una Unidad de Gestión especializada y que su financiamiento pasa por la existencia de un Boleto Turístico. Incluso recordó que hay un TUPA que los empresarios se niegan a pagar.

Otro participante señaló que los ingresos de la Municipalidad Distrital de Vista Alegre y de la Municipalidad Provincial de Nasca, por turismo, son ingentes y que se desconoce el destino de dichos ingresos. Las compañías aéreas -agregó- no tienen interés en conservar el patrimonio. Incluso hay oposición a la presencia de un guía en la avioneta porque es un asiento menos.

Otro concurrente expresó que falta de una política agresiva de protección del patrimonio. Los lineamientos del Plan de Manejo de Nasca elaborados por el doctor Luis Lumbreras aún no han sido aprobados, que no existe un plan de contingencia frente al Fenómeno del Niño. La mayoría de los asistentes concordó en que es necesaria una autocrítica del INC porque se requiere cambios urgentes. El mismo participante informó que la Cámara de Turismo, la Municipalidad Provincial de Nasca y la DGAC están formando una Unidad de Gestión para normalizar el uso del espacio aéreo de Nasca. Añadió que ya comenzó la competencia de proveedores de sobrevuelos desde otros orígenes.

Otro asistente señaló que no se quiere lo que no se conoce y que es necesario hacer un esfuerzo de difusión del valor de las líneas en la población y sus instituciones, comenzando por las propias autoridades.

Otro concurrente reiteró que, hoy, la única manera de ver las líneas es sobrevolando. Agregó que no se puede ingresar caminando a las pampas y que nuevos miradores serán también perjudiciales porque habría que ingresar a ellas. Todos los participantes coincidieron en que no se puede propiciar un turismo masivo.

Hubo concordancia total en promover sensibilidad y conciencia turística, con relación al patrimonio local, desde la edad escolar, al menos en 4º y 5º de secundaria. Un participante hizo notar que existen promotores turísticos pero que no hay respuesta del gobierno regional para financiar un programa operativo con ellos.

Por último, el grupo estuvo de acuerdo en la necesidad de intervención de la UGEL y de las ONGs a este respecto, incluyendo el rescate de las expresiones culturales locales asociadas al pasado histórico.

Finalmente, uno de los asistentes provocó el consenso al afirmar que “es necesaria y urgente la articulación que debe existir entre las entidades (autoridades locales, empresarios, asociaciones y pueblo en general) que hacen el esfuerzo por desarrollar o establecer un turismo sostenible en Nasca”.

- **Superposición institucional**

Al respecto, los participantes señalaron que frente a los geoglifos no existe superposición institucional alguna y que el paralelismo de la Asociación María Reiche era cosa del pasado. A propósito de esto, un concurrente señaló que la Asociación había expresado recientemente su preocupación porque no existe prevención frente al Niño.

Sin embargo, con relación a otros atractivos si había diferentes escenarios de superposición institucional, particularmente entre el INC y las Municipalidades involucradas.

- **Asociación de atractivos**

Con respecto a la potencial de atractivos para constituir el macroproducto turístico Nasca, hubo unanimidad en que esto es perfectamente posible e incluso uno de los participantes señaló que en Nasca es factible construir ofertas para 2, 3 y hasta 7 días.

El moderador señaló que la estadística oficial establece que actualmente la permanencia promedio de los visitantes es apenas superior a un día y que la progresión de la estadía debe ser prudente para construir un producto bien anclado. Al respecto, otro de los concurrentes precisó que incluso ese promedio sería discutible porque se basa en la encuesta a establecimientos de hospedaje, pero que existía una gran cantidad de turistas que sólo llegaban a Nasca para sobrevolar las líneas y luego se iban sin permanecer más tiempo del necesario para el sobrevuelo.

Ante este análisis el grupo coincidió en que era fundamental concentrarse en desarrollar una estrategia de permanencia sustentada en una pernoctación como promedio real de la visita.

Luego se estableció una prioridad de asociación de atractivos a partir de vinculaciones directas a los geoglifos. ¿Quiénes hicieron las líneas? Es una pregunta que se formula naturalmente el observador y su respuesta debe conducir a Cahuachi, que además puede ofrecer como complemento la observación de aves endémicas en los bofedales aledaños. Esta asociación cultural-natural podría establecer una conexión de interés especial con San Fernando. Por otro lado también existía un “high light” para la práctica del sandboard, constituido por dos dunas (Cerro Blanco y Cerro La Marcha) que son consideradas las más altas del mundo. Finalmente se consideró fundamental desarrollar una estrategia a mediano plazo para asociar Palpa al macroproducto Nasca.

Sin embargo, el grupo también concordó en un conjunto de prioridades indispensables para la construcción de este macroproducto: conectividad aérea, mejoramiento urbano, desarrollo de la planta turística y elevación de la calidad del servicio.

Un participante resaltó que el trabajo en el planetario es sumamente importante y que debe ser objeto de mayor apoyo.

Para más adelante se propuso integrar a la oferta los restos paleontológicos, la ruta del pisco y el folklore.

- **Gestión del macroproducto turístico Nasca**

Preguntado el grupo sobre cómo debería ser la gestión de este macroproducto, una parte importante señaló que debería estar en manos de la actividad privada y que el Estado (a través de su institucionalidad respectiva) debería limitarse a un rol normativo y facilitador. Sin embargo otra parte manifestó que la gestión no debería ser exclusivamente del sector privado, porque su objeto es generar renta y fuentes de empleo y no manejar recursos patrimoniales.

Los participantes desarrollaron un esfuerzo importante de aproximación sucesiva y finalmente concluyeron en la propuesta de un modelo de alianza público-privada (al estilo de una OGD) y que en ella debería estar representada tanto la sociedad política y sociedad civil.

Igualmente sugirieron aprovechar la priorización otorgada a Paracas y Nasca por el Viceministerio de Turismo y los esfuerzos promovidos por Swiss Contact para la constitución de la OGD Ica.

- **Viabilidad de una instancia participativa de gestión**

En cuanto a la viabilidad de esta modalidad de gestión, varios de los participantes señalaron que una de las barreras es la propia burocracia estatal que siempre demora en responder las iniciativas que se le proponen y que no está haciendo una evaluación de los perfiles profesionales adecuados. Consideraron que debería haber un replanteamiento del perfil hacia el enfoque de competencia, medido por los resultados del desempeño.

Otra de las barreras principales es la falta de transparencia en el gasto de los ingresos generados. El INC, señaló un asistente, ha formulado una propuesta de distribución 90-10 a su favor y en detrimento de las municipalidades, cuando el acuerdo original había sido totalmente otro.

El INC, afirmaron varios de los participantes, es particularmente centralista en términos de renta. Debería haber un directorio con todos los elementos representativos para fiscalizar al recaudador y, al mismo tiempo, hay que diferenciar entre el aspecto patrimonial y el aspecto turístico.

El grupo aceptó la propuesta de uno de los participantes en el sentido de constituir una Unidad de Gestión y Manejo del Patrimonio, con un Eje Técnico, un Comité Participativo-Fiscalizador y una Gerencia única y consensuada.

Al respecto, señalaron otros concurrentes, ya existen acuerdos firmados entre el Gobierno Regional, algunos Gobiernos Locales y el INC y que falta integrar a la sociedad civil, representada principalmente por la Cámara de Turismo.

Los participantes empresariales comprometieron su participación en un proceso transparente porque “si el empresario no se involucra en el objeto de la actividad que realiza, la propia actividad se vuelve adversa a él”. El empresario privado no debe asustarse de la responsabilidad que tiene que asumir.

Otro tema vital en el que hubo coincidencia es en que tanto el Gobierno Municipal de Nasca como el Gobierno Regional de Ica deberían impulsar el desarrollo de proyectos patrimoniales y turísticos, dada su escasa capacidad de ejecución presupuestal.

Un participante agregó que el aeropuerto nacional de Nasca ya ha sido aprobado por Proinversión y que se encuentra en trámite ante el MEF.

- **Boleto turístico**

Con relación al boleto turístico, se ratificó que debe distribuirse con equidad, priorizando su aplicación al desarrollo del producto turístico Nasca (que incluye la conservación de los principales atractivos que lo integran) y que tiene que ser manejado por una estructura autónoma y participativa.

- **Otras sugerencias**

El grupo consideró principal priorizar los siguientes asuntos:

Medir el impacto del sobrevuelo, que fue definido como una “actividad antimedioambiental” por uno de los concurrentes y establecer así mismo las compensaciones correspondientes.

Medir el impacto de la minería y establecer las compensaciones correspondientes.

Medir el proceso de desertificación, determinar sus causas y establecer las compensaciones correspondientes.

Medir la contaminación de los automotores (desechos, plásticos, letrina pública) y establecer las compensaciones correspondientes.

Actualizar y restituir la vigencia del Plan Chaucato (desviación de la Panamericana).

Desarrollar una estrategia orientada hacia el turismo místico.

Definir el impacto de la autopista Ica-Nasca y del gasoducto y establecer las correspondientes medidas de mitigación y compensación.

## CONCLUSIONES

- Existe entre los actores turísticos una elevada valoración patrimonial y turística de los Geoglifos de las Pampas de Nasca y Jumana.
- Los geoglifos son considerados el atractivo turístico insignia del destino, consideración certificada por su declaratoria como Patrimonio Mundial.
- Los geoglifos son definidos como un atractivo de doble significación: en primer lugar, cultural y, en segundo lugar, místico, aunque este último concepto está escasamente desarrollado.
- Los geoglifos son asumidos como “responsabilidad de todos” aunque existe plena conciencia de que dicha responsabilidad no es debidamente asumida, en la práctica, por las instituciones responsables ni por la población.
- Los geoglifos no están adecuadamente protegidos, ni siquiera delimitados plenamente, y la recaudación que motivan no se aplica a dicha protección.
- Las municipalidades no respetan las facultades que la Ley 28296 otorga al INC y los proveedores usuarios se niegan a pagar lo indicado en el TUPA.
- Debe determinarse con precisión el impacto negativo que provocan las actividades de los pobladores que utilizan las pampas para su desplazamiento y los sobrevuelos a las Líneas.
- Debe contratarse a personal competente, en suficiente cantidad, para la vigilancia del área patrimonial.
- Debe reglamentarse el usufructo de las Líneas y propiciar la inclusión de la población local en su aprovechamiento sostenible.
- Debe normalizarse el uso del espacio aéreo de Nasca con base en la iniciativa planteada por la Municipalidad Provincial de Nasca, la Cámara de Turismo de Nasca y la Dirección General de Aviación Civil.
- Es necesario conocer transparentemente la aplicación que se brinda a los recursos recaudados por la Municipalidad Provincial de Nasca y la Municipalidad Distrital de Vista Alegre.
- No es conveniente proponer nuevos miradores puesto que ellos promoverían la visita pedestre al territorio de las Líneas, que es la práctica turística más agresiva.
- Debe promoverse la sensibilización y desarrollo de la conciencia patrimonial y turística en las instituciones involucradas y, especialmente, en la población escolar.
- Las instituciones líderes deben promover una alianza de largo plazo para la conservación y uso social sostenible de los geoglifos.
- Debe evitarse cualquier asomo de superposición institucional porque provocaría incapacidad de gestión duradera de los geoglifos y otros atractivos patrimoniales asociados.
- Es necesario avanzar hacia la construcción de un macroproducto turístico Nasca, a partir de los geoglifos. A corto plazo, este macroproducto deberá estar compuesto por Cahuachi, el Planetario María Reiche, San Fernando y las dunas Cerro Blanco y Cerro La Marcha.
- No hay que descuidar una estrategia de integración de Palpa a este macroproducto, así como la inclusión de otros atractivos de menor jerarquía.
- Existe un conjunto de prioridades indispensables para la construcción de este macroproducto: conectividad aérea, mejoramiento urbano, desarrollo de la planta turística y elevación de la calidad del servicio.
- La gestión del macroproducto turístico Nasca deberá estar a cargo de una Alianza Público-Privada, que puede adoptar la forma de una Organización de Gestión de Destino (OGD). Esta modalidad de gestión se puede definir como una Unidad de Gestión y Manejo del Patrimonio, con un Eje Técnico, un Comité Participativo-Fiscalizador y una Gerencia única y consensuada.

- La viabilidad de una organización de este tipo depende de enfrentar con éxito dos barreras muy significativas: la burocracia y centralización de los organismos públicos (específicamente el INC y las municipalidades) y la falta de transparencia en el manejo de los recursos generados por el uso turístico del patrimonio.
- Un elemento principal de la construcción de la confianza mutua, que es la base de esta gestión participativa, es el respeto a los acuerdos que se adopten.
- A este respecto, es fundamental viabilizar el Boleto Turístico de Nasca y una distribución equitativa de los recursos que genere, priorizando su aplicación al desarrollo del producto turístico Nasca (que incluye la conservación de los principales atractivos que lo integran) y que tiene que ser manejado por una estructura autónoma y participativa.
- Debe medirse el impacto negativo del sobrevuelo, de la contaminación de los automotores (incluyendo los desechos que genera), de la minería, del proceso de desertificación y establecer las compensaciones correspondientes.
- Debe actualizarse y restituirse la vigencia del Plan Chaucato (desviación de la Panamericana).
- Debe definirse ex ante el impacto negativo de la autopista Ica-Nasca y del gasoducto y establecer las correspondientes medidas de mitigación y compensación.