

NI ALERTAS FALSAS, NI ASESORÍAS:

MACHU PICCHU NO NECESITA LAS CONSULTORÍAS DE NEW7WONDERS

Desde **ProTurismo**, frente a la carta publicada el 25 de mayo de 2026 por la empresa privada **New7Wonders**, dirigida al país y a los actuales candidatos presidenciales, declaramos a la opinión pública nacional e internacional lo siguiente:

1. RECHAZO CATEGÓRICO AL USO COMERCIAL DE MACHU PICCHU: Rechazamos en todos sus términos este nuevo y sistemático atentado contra la imagen de Machu Picchu. Este reciente comunicado devela de manera innegable el verdadero interés de esta organización: generar un discurso de crisis y alarmismo para presionar a los futuros gobernantes a **contratar sus servicios privados de consultoría y asesoría**, camuflados bajo su denominado "plan PEMARA". El patrimonio de los peruanos no es un instrumento de negociación para empresas de marketing.

2. LA UNESCO COMO ÚNICO ENTE RECTOR INTERNACIONAL: Recordamos a la ciudadanía, a la prensa y a la clase política que **New7Wonders es una empresa privada de concursos sin ninguna jurisdicción, ni reconocimiento oficial de los organismos globales** que protegen la cultura. La única institución internacional con la legitimidad, el rigor y la potestad técnica para evaluar el estatus, la conservación y emitir recomendaciones sobre nuestro santuario histórico es la **UNESCO**.

3. LA SOLUCIÓN ES ESTRUCTURAL, NO UNA CONSULTORÍA PUBLICITARIA: El Estado peruano no necesita contratar auditorías extranjeras de marketing. La solución definitiva y urgente, que desde **PROTURISMO** venimos defendiendo, es la creación de una **Autoridad Autónoma de Gestión para Machu Picchu y el Valle Sagrado**. Esta institución, adscrita a MINCETUR y al Ministerio de Cultura, debe ser el único nexo oficial con la UNESCO y ONU Turismo.

4. ESTÁNDARES INTERNACIONALES DE CONSERVACIÓN Y TURISMO: Para proteger a Machu Picchu a largo plazo, debemos replicar los modelos de éxito global. Íconos mundiales como el Coliseo Romano en Italia, las Islas Galápagos en Ecuador, Chichén Itzá en México o la Alhambra en España no basan su prestigio en sellos comerciales, sino en **unidades de gestión autónomas** que garantizan la preservación del patrimonio y una experiencia turística de primer nivel.

5. EXHORTACIÓN A LOS CANDIDATOS PRESIDENCIALES: Hacemos un llamado a los candidatos a no ceder ante presiones comerciales disfrazadas de advertencias. La primera decisión del próximo gobierno en sus primeros 100 días no debe ser atender a lobbistas internacionales, sino tomar la firme decisión de transformar el modelo de administración del santuario hacia una gerencia técnica que nos devuelva el liderazgo turístico en la región.