

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL ELECTORAL EN VILLAVICENCIO

DIANA MARCELA CHACON GRANADOS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
FACULTAD DE DERECHO  
ESPECIALIZACIÓN EN DERECHO ADMINISTRATIVO  
VILLAVICENCIO

2014

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL ELECTORAL EN VILLAVICENCIO

DIANA MARCELA CHACON GRANADOS

Informe final presentado para optar al título de Especialista en Derecho Administrativo

Asesor

PhD. SONIA PATRICIA CORTES ZAMBRANO

Doctora en Derecho

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE DERECHO

ESPECIALIZACIÓN EN DERECHO ADMINISTRATIVO

VILLAVICENCIO

2015

**Autoridades Académicas**

**P. CARLOS MARIO ALZATE MONTES., O.P.**

Rector General

**P. EDUARDO GONZALEZ GIL., O.P.**

Vicerrector Académico General

**P. JOSE ANTONIO BALAGUERA CEPEDA., O.P.**

Rector Sede Villavicencio

**P. ALVARO JOSE ARANGO RESTREPO., O.P.**

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

**ADM. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN**

Secretaria de División Sede Villavicencio

**PhD, SONIA PATRICIA CORTES ZAMBRANO**

Decana Facultad de Derecho

**Nota De Aceptación**

---

---

---

---

**SONIA PATRICIA CORTES ZAMBRANO**

Decana Facultad de Derecho

**GILMA YAMILE CUBILLOS GUTIÉRREZ**

Coordinadora Especialización en Derecho Administrativo

**SONIA PATRICIA CORTES ZAMBRANO**

Director Trabajo de Grado

**Villavicencio, Febrero, 2015**

**A Dios quien siempre ha iluminado el  
Camino que he recorrido hasta el día de Hoy,  
a mis Padres quienes sin ellos no hubiera logrado  
la culminación de este Proceso.  
A mis Maestros y Amigos.**

## Contenido

	Pág.
<b>Resumen</b> .....	9
<b>Introducción</b> .....	11
El Proyecto de Investigación: .....	11
<b>1. Marco Teórico</b> .....	13
1.1. Publicidad Exterior Visual .....	13
1.2. Normatividad Municipal .....	13
<b>2. Estadísticas de Vallas autorizadas en época electoral periodo 2013- 2014 en Villavicencio</b> .....	16
2.1. Vallas autorizadas .....	16
2.2. Vallas en proceso de inicio de actuación administrativa .....	17
2.3. Vallas-avisos en inicio proceso sancionatorio .....	18
<b>3. Evidencias de la Publicidad Exterior Visual en Época Electoral</b> .....	20
<b>4. Metodología</b> .....	23
<b>Conclusiones</b> .....	24
Elementos que generadores de la problemática (falencias): .....	24
Estrategias de solución: .....	25
<b>Bibliografía</b> .....	27

## Lista de Fotografías

Pág.

<b>Fotografía 1. Operativos de desmonte de publicidad electoral.....</b>	<b>20</b>
<b>Fotografía 2. Operativos de desmonte de publicidad electoral.....</b>	<b>20</b>
<b>Fotografía 3. Operativos de desmonte de publicidad electoral.....</b>	<b>21</b>
<b>Fotografía 4. Material de publicidad electoral.....</b>	<b>21</b>
<b>Fotografía 5. Publicidad Electoral.....</b>	<b>22</b>

## Lista de Tablas

Pág.

<b>Tabla 1. Resoluciones que autorizan las Vallas de publicidad Electoral.....</b>	<b>16</b>
<b>Tabla 2. Relación de Vallas en proceso de inicio de actuación administrativa .....</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 3. Relación de Vallas-avisos en inicio proceso sancionatorio .....</b>	<b>18</b>



## Resumen

Son de gran porcentaje las irregularidades en el control de la publicidad exterior visual en época electoral (**Acuerdo 221 de 2013**), ya que existe competencia entre los mismos partidos políticos, omitiendo la ley. Con el tiempo cada vez son más notables las influencias políticas ya que no existe un control extremo por parte de las entidades del estado, en este caso la Secretaría de Control Físico y el concejo electoral aplicándolo a la ciudad de Villavicencio. Esta Secretaría es la encargada de la inspección, vigilancia y control de la publicidad exterior visual en la Ciudad de Villavicencio, con el propósito de realizar las referidas funciones de forma continua, permanente e imparcial en todo lo relacionado a la publicidad electoral de todos los candidatos.

El Acuerdo 221 de 2013, se expidió por el alcalde de Villavicencio, con el propósito de evitar contaminación visual en el Municipio de Villavicencio.

Primero partiremos de la definición de Publicidad exterior visual, con el fin de comprender la importancia de una buena aplicación a esta problemática, que nos permitirá llevar a cabo el proceso de investigación.

En Colombia contamos con una normatividad que rige a nivel Nacional la Publicidad exterior visual, cada ciudad tiene decretos, proyectos y legislaciones especiales. En esta investigación, analizaremos la planeación y las estrategias para la aplicación en Villavicencio en época electoral, en cuanto al Acuerdo 221 de 2013.

Para lograr el proceso de planeación y de buscar estrategias, iniciamos con la obtención de información, además de desarrollar acciones para implementar estrategias, con el fin de obtener mejores resultados en épocas electorales en cuanto al control de publicidad exterior visual.

A lo anterior, me detengo hacer un estudio detallado de la irregularidad en la aplicación de este Acuerdo.

**Palabras claves:** Acuerdo, publicidad, visual, electoral, vallas, avisos, control, candidato, política

## **Abstract**

Are of a high percentage the irregularities in the control of outdoor advertising visual at election time (Agreement 221 of 2013), because there is competition between the political parties themselves, ignoring the law. With the time each time are the most notable influences policies already q does not end there is a control on the part of the entities of the state, in this case the Secretariat of physical control and the electoral council applying it to the city of Villavicencio.

In Colombia we have norms that governed at the national level outside advertising visual; each city has decrees, projects and special legislation. In this research, we'll look at the planning and strategies for the implementation in Villavicencio at election times, in terms of the Agreement 221 of 2013

**Key word:** Agreement, advertising, visual, electoral, billboards, notices, control, candidate, policy

## Introducción

El Proyecto de Investigación:

Esta investigación se motivó, a raíz de los pocos resultados en momento de controlar la publicidad exterior visual, en lo referente al control político. Pues, no fue efectiva la aplicación a este acuerdo, en época electoral, ya que se presentaron irregularidades en cuanto a la publicidad exterior visual. Sería eficiente la aplicación del acuerdo 221 de 2013, si se aplica de forma equitativa el principio de la igualdad.

La entidad administrativa de control y vigilancia, debe estrictamente dar cumplimiento al acuerdo en lo referente a los requisitos exigidos por cada partido, Pues el procedimiento está tipificado en la norma y tanto el permiso como el registro de vallas y avisos publicitarios deben estar bajo las mismas condiciones; una de las falencias que sobresalió, fue la desigualdad de la publicidad en cuanto al tope de vallas entre los diferentes partidos políticos.

Dando aplicación a lo anterior, se evitaría las irregularidades y vulneración a la norma en cuanto a épocas electorales.

El proyecto se inicia con un interrogante, ¿Qué tan efectivo ha sido el control de la publicidad exterior visual en Villavicencio en época electoral?

El objetivo general del proyecto fue establecer e identificar estrategias para una efectiva aplicación del acuerdo 221 de 2013, obteniendo como resultado, un estricto control y vigilancia en cuanto a permisos y registros de publicidad exterior visual en época electoral.

El proyecto tuvo tres objetivos específicos:

1. Describir la realidad con la que el del Decreto 221 de 2013 y demás normas en relación con la publicidad exterior visual en época electoral se han materializado en Villavicencio.

2. Identificar las falencias que dieron lugar a un mal control y vigilancia de la publicidad exterior visual electoral.
3. Realizar estadísticas de las aperturas de investigaciones preliminares y procesos sancionatorios de los partidos políticos, en cuanto al incumplimiento de requisitos exigidos legalmente, teniendo en cuenta irregularidades presentadas por acceder a vallas publicitarias, avisos, afiches y demás, sin el registro y permiso debido.
4. Comparar y analizar esta problemática en relación con otros acuerdos a nivel nacional, así mismo, analizar si su aplicación es efectiva o no?
5. Proyectar estrategias de solución a la problemática expuesta, para que una próxima época electoral, sea efectiva, en cuanto a la aplicación del acuerdo 221 de 2013 (publicidad exterior visual).

## 1. Marco Teórico

### 1.1. Publicidad Exterior Visual

Entiéndase por **PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL**, el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, vallas, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas.

### 1.2. Normatividad Municipal

Es menester de este Despacho aclarar el concepto de valla. El artículo 17 del acuerdo 221 de 2013 (**Alcaldía Municipal de Villavicencio, 2013**), el cual reglamenta la publicidad exterior visual en la ciudad de Villavicencio, y el Decreto 238 de 2013 (**Alcaldía Municipal de Villavicencio, 2013**) el cual regula la publicidad exterior visual en el Municipio de Villavicencio para las elecciones a realizar el día 09 de Marzo del presente año, establecen lo siguiente respectivamente:

“**Artículo 17° Definición:** entiéndase por valla todo anuncio permanente o temporal utilizado como medio masivo de comunicación, que permite difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos, culturales, políticos, institucionales, artísticos, informativos o similares; que se instala para su apreciación visual en lugares exteriores y que se encuentra montado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos; el cual se integra física, visual, arquitectónica y estructuralmente al elemento que lo soporta”.

“**Artículo 1° Valla:** entiéndase por valla todo anuncio permanente o temporal utilizado como medio masivo de comunicación, que permite difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos, culturales, políticos, institucionales, artísticos, informativos o similares; que se instala para su apreciación visual en lugares exteriores y que se encuentra montado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos; el cual se integra física, visual, y estructuralmente al elemento que lo soporta”.

Así mismo, es necesario e igualmente importante, traer a colación las definiciones de aviso consagradas el Acuerdo 221 de 2013 y en el Decreto 238 de 2013 respectivamente.

“**Artículo 10° Definición:** entiéndase por aviso conforme al numeral 3° del Artículo 13 del Código de Comercio el conjunto de elementos distintos de los que adornan la fachada, compuesto por logos y letras o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos se instalan adosados a las fachadas de las edificaciones”.

“**Artículo 1° Aviso:** elementos distintos de los que adornan la fachada, compuesto por logos y letras o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que se instalan adosados a las fachadas”.

Conforme a lo anterior, esta secretaria ha levantado actas de inspección a los avisos que no se encuentran con registro ni autorización de instalación de la publicidad en materia electoral.

Cabe aclarar, que al estar la anterior publicidad en propiedad privada, esta Secretaria no está facultada para retirarla inmediatamente, puesto que si lo hiciera estaría violentando lo consagrado en el Artículo 29 de la Constitución Política, que reza:

“**Artículo 29.** El debido proceso se **aplicará a toda clase de actuaciones** judiciales y **administrativas**”.

Por tanto, en aras de salvaguardar lo establecido en el artículo arriba señalado, las solicitudes de registro de publicidad exterior visual recibidas por esta Secretaría, se encuentran en trámite de expedición del correspondiente acto administrativo. Así mismo, la publicidad que no cuenta con dicha solicitud, se encuentra en curso de inicio de proceso sancionatorio.

## 2. Estadísticas de Vallas autorizadas en época electoral periodo 2013- 2014 en Villavicencio

Las siguientes estadísticas fueron tomadas de las jornadas de Inspección que realizo la Secretaria de Control físico del municipio de Villavicencio:

### 2.1. Vallas autorizadas

**Tabla 1. Resoluciones que autorizan las Vallas de publicidad Electoral**

<b>N° RESOLUCION</b>	<b>UBICACIÓN DE LA VALLA</b>	<b>CANDIDATO Y PARTIDO POLITICO QUE ANUNCIA</b>
1. 038 de fecha 14 de junio de 2013	Finca hacienda la portada del sol, vía acacias, margen izquierda	Candidato Ángel Villamil – partido liberal-
2. 035 de fecha 06 de junio de 2013	Lote 4 frente parque los fundadores-esquina.	Candidato Jorge Pedraza – partido conservador-
3. 022 de fecha 27 de mayo de 2013	Carrera 36 N° 26c-46 Barrio Nuevo Maizaro	Partido Conservador
4. 023 de fecha 27 de mayo de 2013	Avenida 40 N° 23-04 Barrio Teusacá	Candidato Álvaro Uribe- Centro Democrático
5. 043 de fecha 21 de junio de 2013	Calle 39ª N° 24ª -32 Barrio Emporio	Candidata Maritza Martínez – Partido de la U-
6. 030 de fecha 31 de mayo de 2013	Carrera 22 sur N° 1-200 Vía Pto. López frente séptima brigada	Candidato Jaime Rodríguez – Partido de la U-
7. 029 de fecha 31 de mayo de 2013	Carrera 48 N° 1-50 triangulo entrada Bogotá	Candidata Tania Jaramillo – Partido Liberal
8. 032 de fecha 31 de mayo de 2013	Finca los dos amigos-vereda Pipiral.	Candidato Álvaro Uribe- Centro Democrático
9. 026 de fecha 27 de mayo de 2013	Kilómetro 4 salida Villavicencio-Acacias	Candidato Álvaro Uribe- Centro Democrático

Fuente: Alcaldía de Villavicencio

- Total Partido Liberal: Dos (2) Vallas.
- Total Partido Conservador: Dos (2) Vallas.
- Total Partido de la U: Dos (2) Vallas.
- Total Centro Democrático: Tres (3) Vallas.



## 2.2. Vallas en proceso de inicio de actuación administrativa

**Tabla 2. Relación de Vallas en proceso de inicio de actuación administrativa**

<b>N° RADICADO</b>	<b>UBICACIÓN DE LA VALLA</b>	<b>CANDIDATO Y PARTIDO POLITICO QUE ANUNCIA</b>
1. 0833	Calle 20 N° 40-06 Urbanización Camoa	Candidato Francisco Villamil -Partido Conservador-
2. 0911	Avenida del Llano, enseguida la Toyota	Candidato Ángelo Villamil- Partido Liberal-.
3. 5358	Carrera 23 N° 35-09 Barrio San Isidro	Candidata Maritza Martínez- Partido de la U-.
4. 5357	Glorieta la Grama	Candidata Maritza Martínez- Partido de la U-.
5. 5396	Carrera 38 Barzal Diagonal a Saludcoop.	Candidato Ángelo Villamil- Partido Liberal-.
6. 5395	Calle 37 N° 34-46 Barzal Bajo	Candidato Álvaro Uribe- Centro Democrático-.
7. 5351	Carrera 33 N° 26-17-19-21 Barrio Nuevo Maizaro	Candidata Lucy Contento -una cara- y Fernando Grimaldos y Marisol -otra cara-
8. 5353	Avenida Catama cruce Barrio Jordán	Candidato Ángelo Villamil- Partido Liberal-.
9. 5355	Avenida 40 Diagonal todollantas	Partido Conservador
10. 5393	Triangulo los Fundadores	Candidata Lucy Contento- Partido de la U-.
11. 5944	Carrera 33 N° 18-65B – A flujo- Barrio la Florida	Candidata Tania Jaramillo- Partido Liberal-.
12. 5943	Carrera 33 N° 18-65B – A flujo- Barrio la Florida	Candidata Tania Jaramillo- Partido Liberal-.

Fuente: Alcaldía de Villavicencio

- Total Partido Liberal: Cinco (5) Vallas
- Total Partido Conservador: Dos (2) Vallas
- Total Partido de la U: Tres (3) Vallas
- Movimiento MIRA: Una (1) Valla
- Movimiento Centro Democrático: Dos (2) Vallas

## 2.3. Vallas-avisos en inicio proceso sancionatorio

**Tabla 3. Relación de Vallas-avisos en inicio proceso sancionatorio**

<b>N° DE ACTA</b>	<b>UBICACIÓN DE LA PUBLICIDAD</b>	<b>PARTIDO Y PERSONAS A QUIENES SE LES ABRIÓ INVESTIGACION</b>
1. 01938	Calle 15 N° 47-103 Torre N° 1 Apartamentos octava etapa la esperanza –Aviso-	Candidata Maritza Martínez- Partido de la U-
2. 01933	Carrera 23 N° 37ª-78 Barrio Santa Inés-aviso-	Candidato Hugo y Juan Manuel Galán- Partido Liberal Elvia María Yaya-propietaria del Inmueble-
3. 01934	Calle 15 N° 39ª-08 Barrio Balatá –valla-	Candidata Lucy Contento- Partido de la U- Eduardo Zarate- representante legal-administrado del edificio-
4. 01932	Calle 39ª N° 24ª-23 Barrio Emporio-aviso-	Candidata Lucy Contento- Partido de la U- Giovanni Rodríguez- propietario inmueble-
5. 01930	Calle 44 N° 36-06 Barrio la Esmeralda –aviso-	Candidatos Fernando Grimaldos y Marisol Moreno- Movimiento MIRA- Diana Arismendi-propietaria del inmueble-
6. 01931	Carrera 30 N° 46-68 Barrio la grama –aviso-	Nora Niño-propietaria del inmueble-.
7. 01941	Calle 27 N° 36-212 Barrio Siete de Agosto –valla-	Candidata Tania Jaramillo – Partido Liberal- Martha Salazar-propietaria del inmueble- Marketing Vallas-Propietario de la estructura-
8. 01940	Calle 36 Carrera 32 Hotel Gramalote –valla-	Partido Liberal Pedro Quiroga-propietario del inmueble- Metrovia-Propietario de la estructura-
9. 01944	Vía Restrepo Margen Derecha Casa B1 vereda Vanguardia –valla-	Candidato Ángel Villamil - Partido Liberal- Marco Vargas-propietario del Inmueble-

			Marketing Vallas –propietario de la estructura
<b>10.</b>	01943	Rompoy Vía Restrepo Lote 1 Vereda Vanguardia – dos vallas- flujo y contraflujo.	Candidato Hugo y Juan Manuel Galán –Partido Liberal- German Ortegón-propietario del inmueble-
<b>11.</b>	01942	Calle 15 Diagonal 16-17 Barrio Sausalito-valla-	Candidata Lucy Contento – Partido de la U- Pedro Zarate- propietario del inmueble-
<b>12.</b>	01945	Lote N° 1 Vía Acacias Margen Izquierda-valla-	Candidato José Luis Castro Córdoba-Partido Liberal- Lilia Lozano Zornoza- Propietaria del inmueble- Marketing Vallas-Propietario de la estructura-
<b>13.</b>	01946	Avenida 40 N° 35ª-40-valla-	Candidata Lucy Contento- partido de la U- Gonzalo Becerra-propietario del inmueble-
<b>14.</b>	01947	Glorieta las Arpas Vía Restrepo Diagonal Cai policía Nacional-valla-	5 Candidatos- Movimiento MIRA- William Cortes-propietario del inmueble- Marketing vallas estructura

Fuente: Alcaldía de Villavicencio

- Total Partido Liberal: Cinco (5) Vallas y Un (1) Aviso
- Total Partido de la U: Tres (3) Vallas y Dos (2)
- Movimiento MIRA: Una (1) Valla y Un (1) Aviso
- Movimiento Centro Democrático: Un (1)

### 3. Evidencias de la Publicidad Exterior Visual en Época Electoral

La Dirección de Defensa del Espacio Público, ha estado adelantando continuamente operativos de descontaminación visual en lo que respecta a la publicidad electoral en el Municipio de Villavicencio, tal como se puede ver a continuación en el despliegue de investigación de campos que se realizó:

**Fotografía 1. Operativos de desmonte de publicidad electoral**



Fuente: Tomada por la Alcaldía de Villavicencio, 2014

**Fotografía 2. Operativos de desmonte de publicidad electoral**



Fuente: Tomada por la Alcaldía de Villavicencio, 2014

**Fotografía 3. Operativos de desmonte de publicidad electoral**



Fuente: Tomada por la Alcaldía de Villavicencio, 2014

**Fotografía 4. Material de publicidad electoral**



Fuente: Tomada por la Alcaldía de Villavicencio, 2014



Fotografía 5. Publicidad Electoral



Fuente: Tomada por la Alcaldía de Villavicencio, 2014

#### **4. Metodología**

Se ha realizado una investigación de carácter descriptiva y propositiva (búsqueda de normatividad y análisis de información) con un enfoque jurídico, mediante una búsqueda de distintas fuentes bibliográficas, se pudo identificar la normatividad municipal específicamente de la Secretaria de Control Físico, quien actúa como ente de control y vigilancia ante los partidos políticos en la aplicación del acuerdo municipal 221 de 2013. Aplicando un método analítico y descriptivo que permitió consolidar un marco normativo a nivel municipal, identificando las distintas problemáticas que hace relación a la publicidad exterior visual en época electoral en el municipio de Villavicencio

## Conclusiones

Elementos que generadores de la problemática (falencias):

- No hay igualdad por parte de la entidad de control y vigilancia, en la aplicación al acuerdo 221 de 2013 en época electoral.
- Existieron vacíos en la norma, que hasta ahora se están subsanando y fue una de las principales falencias en la aplicación en cuanto a la publicidad exterior visual de los partidos electorales.
- No hubo total cumplimiento de los requisitos exigidos por parte de los infractores, en este caso, partidos y representantes políticos.
- No se iniciaron procesos sancionatorios por incumplimiento al acuerdo.
- No se respetó el tope de vayas autorizadas legalmente por cada partido.
- Influencias y preferencias políticas
- Gran índice de quejas, derechos de petición, tutelas y demás actuaciones administrativas.

Haciendo un análisis comparativo con aplicación de acuerdos en otras ciudades (**Vayas y Avisos, Publicidad Exterior, 2014**), encontramos que no fue efectiva la aplicación a este acuerdo, en época electoral, ya que se presentaron irregularidades en cuanto a la publicidad exterior visual. Sería eficiente la aplicación del acuerdo 221 de 2013, si se aplica de forma equitativa el principio de la igualdad.

La entidad administrativa de control y vigilancia, debe estrictamente dar cumplimiento al acuerdo en lo referente a los requisitos exigidos por cada partido, Pues el procedimiento está tipificado en la norma y tanto el permiso como el registro de vallas y avisos publicitarios deben estar bajo las mismas condiciones; una de las falencias que sobresalió, fue la desigualdad de la publicidad en cuanto al tope de vallas entre los diferentes.



A lo anterior, nos basamos directamente en la normatividad actual y en su aplicación en época electoral, utilizando métodos informativos, representativos y legales.

Estrategias de solución:

Como objetivo General, Establecer e identificar estrategias para una efectiva aplicación del acuerdo 221 de 2013, obteniendo como resultado, un estricto control y vigilancia en cuanto a permisos y registros de publicidad exterior visual en época electoral:

- Dando aplicación a lo anterior, se evitaría las irregularidades y vulneración a la norma en cuanto a épocas electorales.
- Acabar con la influencia de partidos políticos
- Igualdad
- Control extremo por parte de las entidades encargadas
- Exigir tope de vallas por partido, sin excepción alguna
- Iniciar conforme a términos legales y el debido proceso, investigaciones y procesos sancionatorios contra los partidos que incumplan el acuerdo.
- 

Debido a la desigualdad en el control político, que se ha presentado en épocas electorales en cuanto a la publicidad Exterior Visual en el Municipio, se tiene la necesidad de investigar y analizar detalladamente la aplicación que se le ha dado al decreto 221 de 2013, ante los diferentes partidos políticos; pues observamos preferencias y desigualdad por parte de la entidad de control y vigilancia, inclinándose por unos partidos más que otros (abuso en el tope de vallas publicitarias, avisos, afiches). Así mismo, llevar un control estricto, ante la autorización de permisos y registros de publicidad política electoral.

Todo lo anterior, es con la importancia y finalidad de llegar a un control equitativo en cuanto a la publicidad exterior visual en época electoral, época que para todos los ciudadanos es de sumo interés, pues evitando vacíos en la norma al momento de su aplicación, reduce el índice de quejas, derechos de petición, tutelas y demás actuaciones

administrativas, que agobian la administración y reducen la calidad ambiental, visual, política electoral en el municipio.

La investigación se basa y se obtiene, mediante la recopilación de información, trabajo de campo, estadísticas realizadas en 2013 y 2014.

## Bibliografía

Alcaldía de Villavicencio. Decreto 238. (2014). por medio del cual se regula el uso de publicidad visual electoral en Villavicencio.

Vayas y Avisos. (5 de Diciembre de 2014). Publicidad Exterior. Estudio de caso. [vallasyavisos.com.co](http://www.vallasyavisos.com.co). Recuperado de: <http://www.vallasyavisos.com.co/beta/documentos.php>

Villavicencio, Concejo Municipal. *Acuerdo 221*. (20, Diciembre de 2013). Por medio de la cual se reglamenta la publicidad exterior visual en el Municipio de Villavicencio. Boletín Oficial No. 138. Recuperado de: <file:///C:/Users/jefferson.zm/Downloads/ACUERDO%20No%20221%20DE%2010%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202013.pdf>