

**Plan de Mejora: Aplicabilidad del Decreto 051-2024 en los Comerciantes Turísticos del  
Municipio De Villa de Leyva**

Juan José Sierra Durán

Universidad Santo Tomás Seccional Tunja

División de Ciencias Económicas Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

Tunja

Septiembre, 2024

**Plan de Mejora: Aplicabilidad del Decreto 051-2024 en los Comerciantes Turísticos del  
Municipio De Villa de Leyva**

Juan José Sierra Durán

Trabajo de grado para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales resultado de la práctica empresarial realizada en la Secretaría de Turismo de Villa de Leyva.

Tutor

Mg. Esperanza Díaz Casallas

Universidad Santo Tomás Seccional Tunja

División de Ciencias Económicas Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

Tunja

Septiembre, 2024

## Tabla de Contenido

Resumen.....	4
Abstract.....	5
Introducción.....	6
Justificación.....	8
Pregunta de reflexión.....	9
Objetivos.....	10
Objetivo general.....	10
Objetivos Específicos:.....	10
<b>1. INFORMACIÓN INSTITUCIONAL.....</b>	<b>11</b>
Misión.....	11
Visión.....	12
Ubicación geográfica.....	12
Ventaja Competitiva de Villa de Leyva.....	13
Secretaria De Turismo Villa De Leyva.....	13
<b>2. MUNICIPIO DE VILLA DE LEYVA.....</b>	<b>14</b>
<b>3. ANTECEDENTES FRENTE AL USO DE PUBLICIDAD.....</b>	<b>15</b>
Pregoneo o Perifoneo.....	15
Volanteo.....	17
<b>4. SITUACIÓN ACTUAL DEL PERIFONEO Y VOLANTEO EN VILLA DE LEYVA.....</b>	<b>18</b>
<b>5. DIAGNÓSTICO.....</b>	<b>19</b>
Análisis de Los Resultados:.....	21
Análisis de Los Resultados de La Matriz MEFE:.....	25
Análisis del resultado de la matriz MIME.....	26
<b>6. PROPUESTA DE MEJORA.....</b>	<b>28</b>
Objetivo general.....	28
Objetivos específicos.....	28
Desarrollo Del Plan De Mejora.....	29
Desarrollo Objetivo Especifico 1.....	29
Indicadores De La Estrategia Educación Y Sensibilización.....	30
Número Total de Comerciantes y Prestadores de Servicios Capacitados (NTCPC).....	30
Numero de Comerciantes y prestadores de servicios Formales (NCPC).....	30
Numero de Comerciantes y prestadores de servicios Informales (NCPIC).....	30

Quejas Interpuestas (QI) .....	31
Desarrollo Objetivo Especifico 2.....	31
Indicadores De La Estrategia Protocolo De Intervención.....	32
Número Total de Infracciones Cometidas (NTIC) .....	32
Numero de Comerciantes y prestadores de servicios Con una infracción (NCPCUI) .....	32
Numero de Comerciantes y prestadores de servicios Con Dos Infracciones (NCPCDI) .....	32
Desarrollo Objetivo Especifico 3.....	33
Número Total de Solicitudes Realizadas (NTSR) .....	34
Indicadores De La Estrategia de Solicitud.....	34
Número Total de Solicitudes Realizadas (NTSR) .....	34
7.Cronograma.....	35
Conclusiones.....	39
Recomendaciones .....	40
Referencias.....	41
Anexos .....	43

### **Lista de figuras**

Figura 1. Ubicación Geografica de Villa de Leyva .....	12
Figura 2. Matriz MIME.....	26

### **Lista de Tablas**

Tabla 1. Estandares Maximos Permitidos de Ruido .....	16
Tabla 2. Matriz MEFI .....	19
Tabla 3. Tabla 3 Matriz MEFÉ.....	23
Tabla 4 Objetivo Especifico 1.....	29
Tabla 5 Objetivo Especifico 2.....	31
Tabla 6 Formato de intervención .....	33
Tabla 7 Objetivo Especifico 3.....	33
Tabla 8 Cronograma Propuesta de trabajo para el Plan de Mejoramiento .....	35

## **Plan de Mejora: Aplicabilidad del Decreto 051-2024 en los Comerciantes Turísticos del Municipio De Villa de Leyva**

### **Resumen**

El turismo ha sido crucial para el crecimiento económico de Villa de Leyva, generando empleo y ayudando a preservar la riqueza cultural. Sin embargo, este rápido desarrollo también ha traído desafíos, como la contaminación sonora y visual, provocada por las estrategias publicitarias utilizadas por comerciantes y operadores turísticos, como volantes y anuncios en la vía pública. El documento es resultado de una práctica empresarial en la Secretaria de Turismo del municipio, su propósito es proponer un plan de mejora para implementar el decreto 051 de 2024, que busca eliminar herramientas publicitarias en la zona histórica y sus alrededores. La propuesta se enfoca en tres partes: la recopilación de información; por otro lado, el proceso de diagnóstico, usando la matriz MEFI, MEFE; y por último, el planteamiento de estrategias que permitan asegurar que la aplicación del decreto no afecte negativamente a los comerciantes y prestadores de servicios turísticos. De esta manera, se busca que, la adecuada implementación del decreto 051-2024 fomente en los comerciantes la responsabilidad de publicitar sus negocios sin perjudicar a la comunidad.

**Palabras clave:** Decreto, turismo, contaminación visual y sonora, comerciantes, prestadores de servicios turísticos, herramientas publicitarias, sostenible.

### **Abstract**

Tourism has been crucial for the economic growth of Villa de Leyva, creating jobs and helping to preserve its cultural wealth. However, this rapid development has also brought challenges, such as noise and visual pollution caused by advertising strategies used by merchants and tour operators, such as flyers and public street ads. This document is the result of a business internship at the Municipal Tourism Department, and its purpose is to propose an improvement plan to implement Decree 051 of 2024, which aims to eliminate advertising tools in the historical zone and its surroundings. The proposal is structured into three parts: gathering information, conducting a diagnosis using the SWOT, IEFE, and IFE matrices, and finally, suggesting strategies to ensure that the decree's application does not negatively impact merchants and service providers. Ultimately, the goal is to foster a sense of responsibility among merchants to advertise their businesses without harming the community through proper implementation of Decree 051-2024.

**Keywords:** Decree, tourism, visual and noise pollution, merchants, providers of tourist services, advertising tools, sustainable

## Introducción

A lo largo de la historia, Villa de Leyva ha preservado su esencia histórica y cultural, destacándose por su arquitectura colonial excepcionalmente conservada. Este patrimonio arquitectónico no solo atrae a turistas nacionales e internacionales, sino que también, subraya el compromiso de la localidad con la preservación de su legado histórico. Este atractivo no solo ha contribuido a la identidad del pueblo, sino que también ha sido un factor clave en el desarrollo turístico de la región, generando empleo y favoreciendo la economía local (Cámara de Comercio de Tunja, 2019).

A pesar de su importancia cultural y turística, Villa de Leyva enfrenta desafíos modernos que han venido afectando su entorno urbano y la experiencia de los visitantes. Uno de los problemas destacados en la actualidad es la contaminación generada por elementos publicitarios como son: el volanteo y el pregoneo, los cuales está siendo realizado por comerciantes, operadores turísticos y vendedores ambulantes principalmente. Según la Alcaldía de Villa de Leyva (s.f.) Esta práctica, aunque puede ser vista como una fuente de ingresos y un medio de promoción para los negocios locales, también presenta inconvenientes que requieren atención por parte de los entes gubernamentales del municipio. Es el caso, de toda la actividad de material publicitario de los vendedores ambulantes, el cual han generado saturación en el espacio público y ha afectado la experiencia de los turistas, quienes buscan disfrutar la belleza y la tranquilidad del entorno histórico sin interrupciones.

Con el fin de indagar de manera directa esta problemática, en la práctica se realizaron visitas a diferentes establecimientos de comercio, donde se identificó el tipo de publicidad, constituida principalmente por volanteo y pregoneo, dejando en evidencia la afectación a

habitantes y turistas, por los altos niveles de ruido y la cantidad de papel de folletos y publicidad regadas en el piso. En consecuencia, el alcalde del Municipio de Villa de Leyva generó el decreto 051 de 2024 el cual indica la prohibición de volanteo y pregoneo en el área histórica y sus alrededores; sin embargo, esto no ha considerado como una óptima solución, ya que no se ha implementado completamente y muchos afectados se quejan de la posible pérdida de empleos y pérdidas económicas al no poder publicitar sus negocios.

De esta manera, este documento, busca crear un plan de mejora, el cual en sectores turísticos, como lo indica la organización mundial del turismo (OMT), en documentos como *“Guía para la elaboración de planes de desarrollo turístico sostenible”* (2013) y *“Políticas y Prácticas para la gestión sostenible del turismo”* (2019), son documentos que definen estrategias y acciones para desarrollar y mejorar la oferta turística de un destino, asegurando su sostenibilidad y competitividad, por lo anterior es necesario usar estos documentos para mejorar constantemente y así atraer un volumen mayor de turistas.

En este caso, el objetivo es realizar una implementación adecuada de Decreto 051 de 2024 del Municipio de Villa de Leyva, por medio de un estudio de información previa que permita conocer las características de la Institución encargada de velar y coordinar el decreto; asimismo, las condiciones inscritas en el decreto; seguido de un diagnóstico de factores internos y externos que permitan dar paso al diseño de estrategias de mejora, las cuales buscan determinar mecanismos de implementación que no afecten a los comerciantes, pero que tampoco afecten a los habitantes y visitantes del municipio de Villa de Leyva.

## Justificación

Este plan de mejora busca optimizar los desafíos presentados con las actividades promocionales actuales que tienen los comerciantes y los prestadores de servicios turísticos como el caso del volanteo y pregoneo en el municipio de Villa de Leyva, los cuales están afectando negativamente a los habitantes y turistas en sus actividades a desarrollar su calidad de vida y la experiencia de estar en uno de los municipios más históricos y hermosos del país. El exceso de publicidad y las herramientas de comunicación usadas para un territorio tan pequeño y con tantos lugares históricos, culturales y turísticos generan los conflictos entre turistas habitantes y comerciantes.

*“La planificación estratégica es crucial para el éxito del turismo, ya que permite a los destinos identificar sus fortalezas y debilidades y así desarrollar estrategias para mejorar la calidad y competitividad de su oferta turística” (Kotler, Bowen y Makens, 2009, p234)* con esto se puede comprender que si no se realizan planes adecuados para mejorar continuamente se pueden estancar el turismo que es la base de la economía del municipio y para evitar eso se dan diferentes pasos como el Decreto 051-2024 por parte de la alcaldía de Villa de Leyva para disminuir las debilidades que se presenta en la zona histórica.

La implementación de un marco regulatorio, junto con la capacitación de los propietarios de los establecimientos y los prestadores de servicios en colaboración con los de la Cámara de Comercio de Tunja, proporcionara soluciones concretas que van a gestionar estas prácticas de manera sostenible. Al establecer unas directrices claras y promover un turismo responsable, el plan no solo busca restaurar y mantener la belleza histórica de Villa de Leyva, sino también fortalecer la capacidad de los negocios locales para operar de manera efectiva dentro un entorno

regulado y armonioso. Este enfoque integrado contribuirá al desarrollo de un turismo más ordenado y respetuoso, beneficiando tanto a la comunidad como a los visitantes y consolidando a Villa de Leyva como un destino de excelencia en turismo sostenible.

### **Pregunta de reflexión**

¿Qué estrategias se pueden implementar por parte de la Alcaldía de Villa de Leyva, secretaria de Turismo y demás entes territoriales, para no afectar a los comerciantes y prestadores de servicios turísticos tanto formales como informales, con la implementación del Decreto 051-2024?

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Proponer un plan de mejoramiento para el fortalecimiento de las actividades promocionales de los actores comerciales del municipio de Villa de Leyva acorde a la nueva reglamentación 051-2024.

### **Objetivos Específicos:**

- ✓ Identificar las características más relevantes de la estructura de la Secretaria de Turismo de Villa de Leyva y la información necesaria referente al decreto 051-2024.
- ✓ Desarrollar un diagnóstico con el fin de determinar factores internos y externos frente a la aplicación del decreto 051-2024 en el sector turístico del municipio de Villa de Leyva.
- ✓ Determinar estrategias que permitan mejorar los procesos diagnosticados para la óptima aplicación del decreto 051-2024 del sector turismo de Villa de Leyva.

## 1. INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

La Alcaldía de Villa de Leyva, fundada en 1572, se destaca por su valioso patrimonio colonial y su vibrante oferta turística, cultural y gastronómica, que atrae a visitantes de todo el mundo. Esta rica herencia histórica ha convertido a Villa de Leyva en un destino de renombre, pero también ha traído desafíos asociados con la gestión del turismo y el comercio local.

En la actualidad, el volanteo y pregoneo realizado por operadores turísticos y vendedores ambulantes presentan problemas significativos. Estas prácticas afectan tanto la estética del entorno urbano como la experiencia general del visitante. El exceso de publicidad y la falta de regulación en el comercio ambulante pueden llevar a la saturación del espacio público, disminuyendo la calidad del entorno y generando conflictos con los residentes y comerciantes establecidos. Para abordar estos desafíos, es fundamental implementar un plan de mejora que contemple regulaciones claras y efectivas. Se debe fomentar una comunicación efectiva entre la alcaldía, los operadores turísticos y los vendedores ambulantes, estableciendo un código de conducta y promoviendo el turismo sostenible.

El éxito de estas iniciativas puede ser medido mediante encuestas y análisis de datos, permitiendo ajustes continuos y garantizando una experiencia turística de alta calidad que respete tanto el patrimonio cultural de Villa de Leyva como las necesidades de la comunidad local.

### **Misión**

Fortalecimiento de la ética y la moral en el servicio público, mediante procesos de planeación incluyente y participativa, apropiación de valores, gerencia administrativa, gestión estratégica para el mejoramiento de la calidad de vida de la población Villa Leyva, mejorando los servicios de turismo, infraestructura, espacio público, salud, vivienda, bienestar social,

educación, medio ambiente, ciencia y tecnología, con el fin de producir un ideario colectivo que nos ofrezca nuevos términos de referencia para la acción municipal. (Misión y Visión, s. f.)

### **Visión**

Proyectar a Villa de Leyva como un municipio modelo en la construcción de desarrollo territorial y humano sostenible, competitivo a nivel nacional e internacional, fundamentado en la gestión del conocimiento y la recuperación de la credibilidad, respeto por las autoridades, así como la capacidad de convocatoria, encontrando las razones de funcionamiento municipal. (Misión y Visión, s. f.)

### **Ubicación geográfica**

La alcaldía se encuentra ubicada en el municipio de villa de Leyva y donde ejerzo mis prácticas profesionales en Carrera. 9 N° 13 - 11, Alcaldía Municipal de Villa de Leyva - Boyacá.

### **Figura 1.**

*Ubicación Geográfica Municipio de Villa de Leyva.*



Fuente: Gobernación de Boyacá

## **Ventaja Competitiva de Villa de Leyva**

Villa de Leyva posee una ventaja competitiva significativa gracias a su rico patrimonio histórico y cultural, lo que lo convierte en un destino turístico único y atractivo. Este compromiso con la sostenibilidad y la calidad de vida, junto con la colaboración activa de la comunidad local y la implementación de soluciones innovadoras, refuerza su posición como un líder en la gestión turística y moderna.

## **Secretaria De Turismo Villa De Leyva**

El propósito principal es garantizar y desarrollar planes, programas y políticas relacionadas con los procesos turísticos del municipio y su manejo de acuerdo con la normatividad vigente, tiene diversas funciones en las que se incluye:

- Promoción del turismo: Fomentar y promover el turismo en el municipio, destacando sus atractivos naturales, culturales y recreativos.
- Conservación del patrimonio: Proteger y preservar el patrimonio cultural y natural del municipio para futuras generaciones.
- Servicios al visitante: Ofrecer información, asistencia y servicios a los turistas, asegurando una experiencia agradable y segura.
- Coordinación y regulación: Coordinar y regular las actividades turísticas, garantizando la calidad y sostenibilidad del sector.
- Promoción de la identidad local: Fomentar la identidad cultural y tradiciones del municipio a través del turismo.
- Inversión y proyectos: Atraer inversiones y desarrollar proyectos turísticos que beneficien al municipio y sus habitantes.

## 2. MUNICIPIO DE VILLA DE LEYVA

Villa de Leyva es un municipio colombiano ubicado en la provincia de Ricaurte del departamento de Boyacá. Está ubicado a 40 km al occidente de Tunja, capital del departamento, y a 165 km de Bogotá, capital del país. Fue fundado en 1572 con el nombre de Villa de Santa María de Leyva, reconocido como monumento nacional en 1954, Pueblo Patrimonio en 2010, y está en la lista tentativa de sitios Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO.

Se caracteriza por conservar una arquitectura de estilo colonial, por la variedad de sus paisajes rurales que van desde la zona de páramo, con sus nacimientos y reservorios de agua, hasta la zona desértica, y por la diversidad de las especies que los habitan. Sobresale también por su enorme plaza principal empedrada (área de 1,4 ha), que se encuentra flanqueada por antiguos edificios coloniales.

Es considerado uno de los pueblos más hermosos de Colombia, por lo que tanto su cabecera urbana como las veredas que lo circundan, al menos desde la década de 1980, se han convertido en algunos de los destinos turísticos más importantes en el país. Por su arquitectura, sus museos, las tradiciones de sus habitantes y su historia.

También en su área histórica se presentan múltiples eventos lo que atrae a muchos turistas nacionales y extranjeros con lo que la trae grandes ganancias económicas, entre estos eventos tenemos: enero: Festival Astronómico, marzo: Encuentro de Música Antigua Romería Cultural, mayo: Encuentro Saberes y Sabores, julio: Ferias y Fiestas en Honor a la Virgen del Carmen, agosto: Festival del Viento y las Cometas. octubre: Festival Nacional del Árbol

Colaboradores de Wikipedia. (2024, 14 septiembre). *Villa de Leyva*. Wikipedia, la Enciclopedia

Libre. [https://es.wikipedia.org/wiki/Villa\\_de\\_Leyva](https://es.wikipedia.org/wiki/Villa_de_Leyva)

### **3. ANTECEDENTES FRENTE AL USO DE PUBLICIDAD**

En el municipio de Villa de Leyva su auge de turismo ha traído tanto cosas buenas como malas lo cual afectan al turismo y así mismo a los habitantes, visitantes, comerciantes y prestadores de servicios, esto ha incrementado la contaminación sonora y visual por las herramientas publicitarias utilizadas por los comerciantes y prestadores de servicios para atraer a los visitantes a sus negocios.

Alcaldías anteriores también generaron decretos para eliminar las herramientas de publicidad de volanteo y pregoneo por parte de los comerciantes y prestadores de servicios turísticos como el caso del Decreto 095 -2022 el cual no dio los resultados previstos, solo en el momento que se aplicó, por lo tanto la Alcaldía actual genero el Decreto 051-2024 para el mismo fin, sin embargo para que esto se cumpla se proyecta un plan de mejora para su implementación y se pueda cumplir el Decreto 051-2024 adecuadamente para así no afectar a ninguno de los actores involucrados.

Para ello es importante conocer que es el volanteo y pregoneo que son las herramientas publicitarias más usadas por los comerciantes y los prestadores de servicios turísticos y a su vez las mas que afectan a los habitantes y visitantes del municipio.

#### **Pregoneo o Perifoneo**

Podemos decir que el perifoneo para actividades publicitarias es una de las herramientas de mercadeo o marketing más comunes en Colombia la cual consiste en la difusión de mensajes de diferentes tipos como comerciales, informativos, religiosos, etc., a través de la voz (gritos), megáfonos, altavoces que se instalan en vehículos o en puntos fijos. Para tener mayor audiencia los mensajes emitidos por el perifoneo se generan con alto nivel sonoro y ruidos extra como

sirenas, pitidos, etc., otra característica importante del perifoneo es que al tener capacidad móvil se puede establecer en barrios, plazas, esquinas o por donde este transitando el vehículo.

En Colombia la legislación establece leyes para los límites para la emisión de ruido y ruido ambiental entres estas tenemos:

- Resolución 0627 del 2006 (Colombia, 2006) del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial a través de la Resolución 0627 del 2006 (Colombia, 2006), la cual estipula la norma nacional de emisión de ruido y ruido ambiental en la Tabla 1 representa los estándares permitidos de ruido y ruido ambiental, esta medida se da en decibelios (dB).
- La Ley 99 de 1993: Esta ley, conocida como la Ley General Ambiental, establece los principios generales de la gestión ambiental en Colombia, incluyendo la prevención y control de la contaminación acústica.

Además de la anteriores cada departamento, distrito especial y municipio tiene sus propias normas, ordenanzas y decretos para controlar el perifoneo en donde se establece los niveles de ruido, los horarios, las zonas y áreas donde se restringe y toda la documentación y permisos necesarios en caso de que se pueda realizar, existen ciudades donde no está permitido ya que en si presenta un alto grado de ruido ambiental como el caso de Bogotá.

***Tabla 1.***

***Estándares Máximos Permitidos de Ruido***

Sector	Subsector	Estándares máximos permisibles de niveles de emisión de ruido en dB(A)		Estándares máximos permisibles de niveles de ruido ambiental en dB(A)	
		Día	Noche	Día	Noche
Sector A. Tranquilidad y Silencio	Hospitales, bibliotecas, guarderías, sanatorios, hogares geriátricos.	55	50	55	45
Sector B. Tranquilidad y Ruido Moderado	Zonas residenciales o exclusivamente destinadas para desarrollo habitacional, hotelería y hospedajes.	65	55	65	50
	Universidades, colegios, escuelas, centros de estudio e investigación.				
	Parques en zonas urbanas diferentes a los parques mecánicos al aire libre.				
Sector C. Ruido Intermedio Restringido	Zonas con usos permitidos industriales, como industrias en general, zonas portuarias, parques industriales, zonas francas.	75	75	75	70
	Zonas con usos permitidos comerciales, como centros comerciales, almacenes, locales o instalaciones de tipo comercial, talleres de mecánica automotriz e industrial, centros deportivos y recreativos, gimnasios, restaurantes, bares, tabernas, discotecas, bingos, casinos.	70	60	70	55
	Zonas con usos permitidos de oficinas.	65	55	65	50
	Zonas con usos institucionales.				
	Zonas con otros usos relacionados, como parques mecánicos al aire libre, áreas destinadas a espectáculos públicos al aire libre.	80	75	80	70
Sector D. Zona Suburbana o Rural de Tranquilidad y Ruido Moderado	Residencial suburbana.	55	50	55	45
	Rural habitada destinada a explotación agropecuaria.				
	Zonas de Recreación y descanso, como parques naturales y reservas naturales.				

Fuente: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial a través de la Resolución 0627 del 2006

La anterior tabla permite analizar el nivel de ruido que se permite en las ciudades y municipios permiten en las diferentes áreas lo cual es primordial para establecer las diferentes multas y sanciones en caso de que se incumplan.

## Volanteo

Otra de las herramientas que se usa en la publicidad es el volanteo, la cual es muy tradicional y se basa de la entrega de folletos o volantes con información variada de bienes o servicios, eventos, promociones, noticias entre otros, se realiza por medio de una persona entregando el folleto o volate a transeúntes o dejándolo e residencias u oficinas, El volanteo se realiza en cualquier zona no tiene límites establecidos. Entre sus funciones tiene la promoción, captar nuevos clientes, incrementar las ventas, comunicación directa

Las empresas de bienes y servicios utilizan el volanteo ya que es un medio económico de transmitir su información y que las personas la conozcan más fácilmente, sin embargo, el volanteo trae muchas desventajas como son impacto ambiental negativo ya que estos volantes se producen en masa, el público que los reciben muchas veces lo descarta en el mismo momento que lo recibe, el exceso genera contaminación por el papel y es fácil copiar por la competencia.

Como tan no existe normatividad para exclusiva controlar el uso del volanteo en la actualidad y disminuir sus efectos dañinos al medio ambiente. Sin embargo, el volanteo está enmarcado en la libre expresión ya que esto no solo se utilizan para publicidad sino también para transmitir información y noticias y por lo mismo lo protege la constitución política pero como en el caso del perifoneo cada entidad municipal genera normas para su control y disminuir la afectación en su localidad.

#### **4. SITUACIÓN ACTUAL DEL PERIFONEO Y VOLANTEO EN VILLA DE LEYVA**

En el municipio de Villa de Leyva debido a la concentración de turistas en los últimos años que se ha generado por ser un sitio turístico y cultural lo que produce un crecimiento de comercio y de actividades para atraer y poder generar mayores ganancias se han aumentado el uso de las herramientas de perifoneo y volanteo causando múltiples problemas entre los habitantes y visitantes en donde las entidades administrativas y de ámbito departamental como Corpoboyacá han tenido que intervenir para realizar operativos de control de ruido y niveles de aseo en los principales lugares turísticos. El municipio de villa de Leyva emitió el DECRETO 051-2024 PROHIBICIÓN VOLANTEO Y PREGONEO, para disminuir el efecto que estas dos herramientas publicitarias en el municipio, para poderlo aplicar se debe generar un plan de mejora.

## 5. DIAGNÓSTICO

Para realizar un diagnóstico adecuado para la situación en el municipio de Villa de Leyva en relación de la contaminación visual y auditiva fomentada por las herramientas publicitarias usadas por los comerciantes y los prestadores de servicios turísticos como son el volanteo y pregoneo, es necesario poder evaluar los factores internos y externos que afectan al municipio en relación con esto; también, es importante unificar estrategias para concretar los esfuerzos para poder mejorar y disminuir todo factor negativo que afecta al turismo y a la vez la economía del municipio. Por lo anterior, se usa la Matriz MEFI que ayuda a analizar los factores internos relacionados con la contaminación visual y auditiva y así determinar las fortalezas y debilidades en cuanto a su manejo de este problema, la Matriz MEFE permite analizar los diferentes factores externos que influye en la contaminación visual y auditiva, y con la Matriz MIME, se identifican las áreas clave en las que el municipio deberá concentrar sus esfuerzos, con el fin de determinar cuáles son las áreas de oportunidad y las amenazas más significativas y poder crear un plan de mejoramiento adecuado para aplicar el Decreto 051 -2024 en el municipio.

### **Tabla 2.**

#### *Matriz MEFI*

<b>Fortalezas</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Puntaje ponderado</b>
Legislación Ambiental: En Colombia existe una legislación clara y precisa sobre los niveles de ruido (contaminación auditiva) y gestión de residuos. Las cuales son: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resolución 0627 del 2006 del Ministerio de Ambiente, Vivienda Desarrollo Territorial y La Ley 99 de 1993</li> <li>• Ley General Ambiental</li> <li>• Decreto 095 de 2024 Municipio de Villa de Leyva</li> </ul>	0.2	4	0,8
Conciencia ciudadana: los habitantes del Municipio están conscientes de la situación de la contaminación por lo cual están	0.15	3	0.45

comprometidos con los cambios y los turistas son más consecuentes a lugares más tranquilos y limpios.			
Planes de aseo y limpieza: La alcaldía municipal ha generado planes de aseo en las zonas turísticas e históricas, como instalación de contenedores, equipos de aseo, rutas de recolección de residuos entre otros.	0.01	3	0.03
Campañas de sensibilización: dado que el municipio quiere ser el principal centro turístico de la región, promueve actividades de sensibilización para reducir el ruido, la entrega de volantes entre otros.	0.08	3	0.24
Equipos multidisciplinarios: existen la interrelación de la alcaldía con varias secretarías las empresas privadas y comerciantes que buscan cada vez hacer más competitivo el municipio y atraer más turistas e inversores.	0.06	3	0.18
<b>Sub total Fortaleza</b>			<b>1,7</b>

<b>Debilidades</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Puntaje ponderado</b>
Nivel de ruido en zonas turística e histórica: la presencia de diferentes comercios como bares, restaurantes y actividades recreativas y de pregoneo para llamar clientes generan niveles altos de ruido el cual afecta la calidad de vida de locales y visitantes	0.15	1	0.15
Vigilancia y control: se realiza poca vigilancia a los establecimientos para determinar los niveles de ruido lo cual puede ser debido a la falta de personal y recursos económicos y físicos para hacer cumplir los decretos y disposiciones locales y nacionales.	0.1	2	0.2
Poco uso de diferentes medios publicitarios: no se presentan planes alternativos para los comerciantes de publicitar sus negocios	0.1	2	0.2
Desconocimiento de la normativa local: los habitantes y comerciantes, informan, que no tiene conocimiento o si lo tienen no ven aplicada la normatividad de los decretos y leyes	0.1	1	0.1
Turismo masivo: dado que el municipio su mayor fuente de ingresos es el turismo tanto nacional como internacional y buscar llamar la atención para obtener ganancias sin considerar el impacto ambiental y afectando a los habitantes y visitantes con el pretexto que es lo importante para el municipio	0.05	2	0.1
<b>Sub total debilidades</b>			<b>0,75</b>
<b>TOTAL</b>			<b>2,45</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Análisis de Los Resultados:**

Se puede observar en la Matriz MEFI que las Fortalezas tiene un resultado de 1,7 indicando que, el municipio de Villa de Leyva quiere establecerse como uno de los puntos turísticos más importantes con la consigan del cuidado y protección del turista y del habitante, promoviendo una cultura ambiental sostenible para la atracción de nuevos turistas nacionales e internacionales; por lo tanto, cuenta con una base sólida siendo uno de los municipios más turísticos del país.

Por otro lado, factores como la existencia de elementos base para crear una mejor cultura de turismo sostenible ambientada en la reducción de la contaminación como son: legislación municipal establecida como es el decreto 051 de 2024, una legislación nacional ambiental, la conciencia de los ciudadanos y de los comerciantes y la colaboración de los miembros del municipio, son positivos que deben ser aprovechados y mejorados para implementar soluciones efectivas, eficientes y óptimas.

Asimismo, cuenta con aspectos positivos en sus fortalezas, pero aún están lejos de ser lo suficientemente fuertes; sin embargo, permitirían abordar de manera efectiva la problemática de la contaminación visual y auditiva presente por las herramientas de volanteo y pregoneo publicitario. Mientras las Debilidades con un resultado de 0,75 señala que las debilidades encontradas deben solucionarse de manera pronta porque están afectando la vida diaria de habitantes y turistas, esto por: el alto nivel de ruido en zonas turísticas, la falta de vigilancia y control, y la escasa infraestructura para el reciclaje son los principales desafíos por superar, esto apunta que existen áreas y factores en las que el municipio presenta deficiencias grandes que pueden estar relacionadas con la falta de recursos económicos, poca utilización de mejores

herramientas publicitarias, desconocimiento conocimiento y aplicación de las normas o una planificación deficiente de las autoridades.

Con los resultados de la matriz MEFI se puede determinar que actualmente en el municipio de Villa de Leyva debe:

- Priorizar la gestión de la contaminación del ruido: Las altas fuentes que generan ruido en el área del centro histórico y áreas turísticas se les deben priorizar su control y regulación ya que están afectando a los turistas y los locales durante la mayor parte del día alejando turistas y generando problemas con los vecinos.
- Mejorar y fortalecer la educación ambiental: dado que son problemas de contaminación es vital mejorar e intensificar las campañas de sensibilización para reducir estas fuentes contaminantes, pero estas campañas deben ir enfocadas al turismo y a la importancia de mejorar estándares de cuidado del entorno para mejorar las ganancias
- Optimizar la vigilancia y control: aunque el decreto 051 de 2024 de la Alcaldía da las herramientas para que los organismos de control lo puedan ejercer, hace falta mayor vigilancia y control para reducir adecuadamente los altos niveles de ruido y de contaminación sobre todo los fines de semana.
- Regular las actividades publicitarias turísticas: la aplicación de las normas existentes tanto locales como nacionales son de importancia para regular y controlar las actividades generadoras de elementos contaminantes, llámese ruido, basura u otro, producidos por los comerciantes formales e informales para atraer turistas.

Con lo anterior, se pueden establecer un grupo de acciones para desarrollar en el plan de mejoramiento, las cuales son:

- Fortalecimiento institucional: generar que la administración y la policía puedan gestionar de mejor manera la aplicación del decreto 051-2024 a través de capacitación adecuada del tema y herramientas necesarias para poder abordar el tema a los comerciantes y prestadores de servicios
- Participación ciudadana: Promover la participación ciudadana tanto de habitantes, de visitantes, comerciantes en la toma de decisiones y en la implementación de las diferentes acciones para reducir las diversas fuentes de contaminación visual y auditiva.
- Capacitar sobre la normativa: a todos los actores involucrados en la aplicación del Decreto 051-2024 sobre la normativa ambiental municipal y nacional para cambiar su perspectiva en la aplicación de mejores prácticas publicitarias

**Tabla 3.***Matriz MEFE*

Oportunidades	Peso	Calificación	Puntaje ponderado
Interés por el turismo sostenible: las Tendencias actuales a nivel global van dirigidas al turismo sostenible y de cuidado ambiental para que el área turística sea más amigable con todos los actores que intervienen en ella y hacer que las experiencias turísticas se han más respetuosas, auténticas y coherentes a las políticas de crecimiento económico, culturas, social de cada municipio.	0.21	4	0,85
Desarrollo de nuevas zonas turísticas: utilizar, crear o mejorar zonas turísticas y económicas nuevas para que el turismo no se concentre en una única área puede ayudar a reducir el impacto ambiental que actualmente se tiene.	0.13	4	0,52
Apoyo de organizaciones: Al ser villa de Leyva un municipio con tanto atractivo económico en el área del turismo puede buscar apoyo de diferentes organizaciones que ayuden e diversas maneras para disminuir estos factores que altera el turismo y crear un turismo sostenibles tanto para habitantes como visitantes.	0.08	4	0.32

Digitalización de la publicidad sobre turismo: Uso de las nuevas tecnologías y las herramientas digitales para la promoción, publicación y gestión del turismo para reducir el impacto	0.07	3	0.21
Creación de políticas ganar -ganar: las políticas donde tanto el municipio, los comerciantes, los habitantes y los turistas puedan ganar favorecerían que cada uno de estos actores por su propia cuenta generen estrategias para la disminución y erradicación de los elementos que afectan al turismo.	0.05	3	0.15
<b>Sub total Oportunidades</b>			<b>2.05</b>

Amenazas	Peso	Calificación	Puntaje ponderado
Clima: El municipio de Villa de Leyva se encuentra en un clima seco donde el sonido se propaga más fuerte y así el ruido generado afecta más a los turistas y habitantes, igualmente sucede que al ser un área con mucho viento la basura generada por folletos y publicidad impresa se distribuyen en un área mayor en la que se entrega.	0.05	2	0.1
Competencia: otros municipios cercanos están fortaleciendo sus políticas ambientales para atraer más turistas y por lo mismo más inversión	0.1	3	0.3
Crisis económicas: por disminución y de turistas por crisis económicas se debe crear estrategias para atraerlos enfocadas a las tendencias globales de turismo	0.03	3	0.09
Obstinación por el cambio: para las personas que se dedican a las actividades publicitarias que se vea afectadas por aplicación de leyes y/o políticas de cambio van a evitar realizarlo ya que se afectan económicamente basados en la premisa: “lo llevo haciendo toda la vida y nunca paso nada”	0.02	2	0.04
Crecimiento de Villa de Leyva: el crecimiento urbano cada vez mayor genera mayores conflictos entre los habitantes y los comerciantes por los diferentes inconvenientes generados por los diferentes elementos contaminantes.	0.02	3	0.06
Turismo masivo: con tanto turismo que se presenta en el municipio el control a las actividades publicitarias es poco ya que se enfocan más en el cuidado, seguridad y protección de los visitantes más que en las faltas ambientales.	0.03	3	0.09
<b>Sub Total amenazas</b>			<b>0,68</b>
<b>TOTAL MEFE</b>			<b>2,73</b>

Fuente: Elaboración Propia

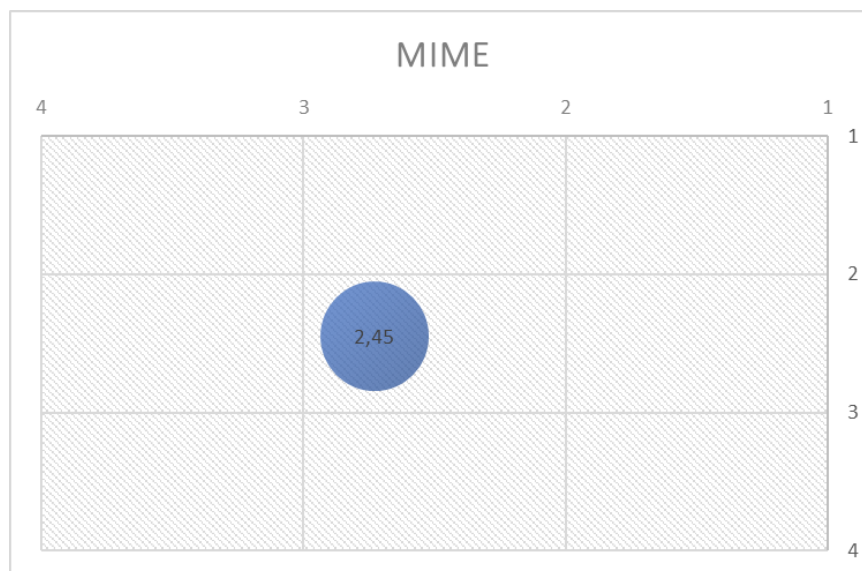
### **Análisis de Los Resultados de La Matriz MEFE:**

Se observa en la Matriz MEFE que las oportunidades tienen un resultado de 2,05 indicando que en el municipio de Villa de Leyva debe aprovechar las tendencias mundiales del turismo sostenible enfocado al cuidado no solo ambiental, si no al turista y su experiencia en un entorno para un mayor descanso y de la misma manera traer nuevos visitantes, además la importancia del desarrollo de los productos turísticos en la zona histórica ambientales y enfocados en el cuidado de las personas. Las amenazas al tener un resultado de 0,68 expuesto por la matriz MEFE son bajas, pero siguen siendo preocupantes. Estas, se pueden contrarrestar con estrategias coherentes basadas en las oportunidades.

Con esto, se concluye que, el entorno es favorable ya que este cuenta con numerosas oportunidades para mejorar las situaciones generadas por la contaminación visual y sonora. Por ello, es vital poder aprovechar estas oportunidades, ya que son fuertes y se deben mantener. Las amenazas deben mantener un monitoreo constante y desarrollar estrategias para mitigar su impacto, aunque en el momento se han bajo.

Con lo anterior se pueden establecer un grupo de acciones para desarrollar en el plan de mejoramiento, las cuales son:

- Establecer alianzas: establecer alianzas para desarrollar investigaciones y proyectos de innovación en herramientas publicitarias y en el ámbito ambiental.
- Promover el turismo sostenible: desarrollar de un turismo sostenible en las áreas histórica para minimizar el impacto ambiental producido por la publicidad contaminante
- Crear redes de ciudades: Desarrollar redes de ciudades que ayuden a mejorar comparten objetivos similares en materia de sostenibilidad ambiental.

**Figura 2****Matriz MIME**

*Fuente: Elaboración propia*

**Análisis del resultado de la matriz MIME**

Con el resultado establecido en la matriz MIME se obtiene que el municipio de Villa de Leyva se encuentra equilibrada, Por ello, el desarrollo de un plan de mejora enfocado en la aplicación del Decreto 051-2024 es necesario y se justifica por las siguientes razones:

**Alineación con las debilidades:** El decreto 051-2024 se estableció para poder abordar el problema de la contaminación visual y sonora generado por las herramientas publicitarias de volanteo y pregoneo que se han tomado el centro histórico y las áreas alrededor por parte de los comerciantes y prestadores de servicios turísticos

**Conveniencia de Oportunidades:** al poder implementar el decreto 051-2024 permitirá mejorar las diferentes oportunidades que se presentan en el municipio para traer más turistas y

mejorar la economía con un turismo más amigable al medio ambiente, además de buscar el descanso de los habitantes y visitantes.

**Aprovechamiento de las Fortalezas:** con el decreto 051-2024 con el cual se busca regular la publicidad y el ruido, se protegerá el patrimonio cultural y natural del centro histórico y sus alrededores del municipio, para así fortalecer sus principales atractivos turísticos dentro del municipio.

**Cumplimiento de la ley:** La correcta aplicación del decreto 051 - 2024 demostraría el compromiso de la administración municipal con el desarrollo sostenible y el cumplimiento de la normativa vigente.

**Crecimiento económico:** para buscar que los comerciantes y prestadores de servicios permitirá atraer a un mayor número de turistas trayendo mayores ganancias y beneficios económicos, eliminando la posibilidad que los turistas busquen otros municipios para el descanso y la tranquilidad.

**Protección al comerciante y prestador de servicios turísticos:** Al crear un plan de mejoramiento se busca no afectar al comerciante y prestador de servicios turísticos por el desconocimiento del Decreto 051 – 2024, si no busca que se pueda integrar y que pueda mejorar la imagen negativa que se está presentando en la actualidad.

## **6. PROPUESTA DE MEJORA**

### **Objetivo general**

Diseñar estrategias que permitan aplicar adecuadamente el Decreto 051-2024 en los comerciantes de Turismo del Municipio de Villa de Leyva, con el fin de mitigar el impacto negativo que genera el volanteo excesivo en los visitantes.

### **Objetivos específicos**

1. Sensibilizar a los comerciantes y prestadores de servicios turísticos de la importancia del uso de herramientas publicitarias que no afecte a los habitantes y visitantes con contaminación visual y sonora.
2. Dar a conocer a los comerciantes, prestadores de servicios y comunidad en generar el Decreto 051-2024 y la importancia que este tiene para beneficiar a la economía del municipio
3. Promover la conservación de la zona histórica y turística del municipio de Villa de Leyva como una zona libre de contaminación visual y auditiva para atraer una mayor cantidad de turistas y así generar un turismo más sostenible

## Desarrollo Del Plan De Mejora

### Desarrollo Objetivo Especifico 1

**Tabla 4**

#### Objetivo Específico 1

Estrategia central	Ejes de las estrategias	Acciones	Indicadores	Meta
Educación y Sensibilización  <i>"Nuestra cultura es nuestro mayor tesoro, ayuda a crear conciencia para mantener la tranquilidad de nuestros habitantes y visitantes, cumple el Decreto 051-2024"</i>	Generación de campañas de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar completamente a quienes van dirigido</li> <li>• Diseñar un mensaje claro y conciso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número Total de Comerciantes y Prestadores de Servicios Capacitados (NTCPC)</li> <li>• Numero de Comerciantes y prestadores de servicios Formales (NCPC)</li> <li>• Número de Comerciantes y prestadores de servicios Informales (NCPIC)</li> <li>• Quejas Interpuestas (QI)</li> </ul> <p>Se presenta a continuación las fórmulas de los indicadores</p>	<b>NTCPC</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para que cumpla es <math>\geq 95\%</math></li> <li>• Para evaluar la estrategia es <math>90\% \geq x &lt; 95\%</math></li> <li>• Para cambiar la estrategia es <math>&lt; 90\%</math></li> </ul> <b>NCPC</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para que se cumpla es = 100%</li> <li>• Para evaluar la estrategia es <math>90\% \geq x &lt; 95\%</math></li> <li>• Para cambiar la estrategia es <math>&lt; 90\%</math></li> </ul> <b>NCPIC</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para que se cumpla es = 80%</li> <li>• Para evaluar la estrategia es <math>70\% \geq x &lt; 80\%</math></li> <li>• Para cambiar la estrategia es <math>&lt; 50\%</math></li> </ul> <b>QI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para que se cumpla es = 1%</li> </ul>
	Talleres de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer y organizar los talleres de comunicación presenciales o virtuales</li> </ul>		
	Establecer un programa de incentivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar un programa de incentivos</li> <li>• Instituir la política de mejoramiento continuo</li> </ul>		
	Desarrollo de un modelo de integración	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar alianzas con diferentes instituciones</li> </ul>		
	Vigilancia y seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plantear un plan de acción para corroborar las capacitaciones realizadas</li> <li>• realizar visitas a los locales para verificar y comprobar si las capacitaciones</li> </ul>		

		<p>son aplicadas adecuadamente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un sistema de evaluación de las campañas de sensibilización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para evaluar la estrategia es <math>0,5\% \geq x &lt; 1\%</math></li> <li>• Para cambiar la estrategia es <math>&lt; 1\%</math></li> </ul>
--	--	--	---

Fuente: Elaboración Propia

## Indicadores De La Estrategia Educación Y Sensibilización

### Número Total de Comerciantes y Prestadores de Servicios Capacitados (NTCPC)

En este indicador se mide la cantidad total de comerciantes y prestadores tanto formales e informales que se capacitarán para poder estar alineado con el Decreto 051-2024

$$NTCPC = \frac{CANTIDAD DE COMERCIANTES Y PRESTADORES DE SERVICIOS CAPACITADOS}{TOTAL DE COMERCIANTES Y PRESTADORES DE SERVICIOS RECONOCIDOS} \times 100$$

### Numero de Comerciantes y prestadores de servicios Formales (NCPC)

En este indicador se mide la cantidad de comerciantes y prestadores tanto formales que se capacitarán para poder estar alineado con el Decreto 051-2024

$$NCPC = \frac{CANTIDAD DE COMERCIANTES Y PRESTADORES DE SERVICIOS FORMALES CAPACITADOS}{TOTAL DE COMERCIANTES Y PRESTADORES DE SERVICIOS FORMALES} \times 100$$

### Numero de Comerciantes y prestadores de servicios Informales (NCPIC)

En este indicador se mide la cantidad de comerciantes y prestadores tanto formales que se capacitarán para poder estar alineado con el Decreto 051-2024

$$NCPIC = \frac{CANTIDAD DE COMERCIANTES Y PRESTADORES DE SERVICIOS INFORMALES CAPACITADOS}{TOTAL DE COMERCIANTES Y PRESTADORES DE SERVICIOS INFORMALES} \times 100$$

## Quejas Interpuestas (QI)

Este indicador verificara el número de quejas interpuestas luego de la capacitación por parte de habitantes, turistas u otros comercios debido a infracciones al Decreto 051-2024

$$QI = \frac{CANTIDAD DE QUEJAS INTERPUESTAS}{TOTAL DE COMERCIANTES Y PRESTADORES DE SERVICIOS RECONOCIDOS CAPACITADOS} \times 100$$

### Desarrollo Objetivo Especifico 2

**Tabla 5**

#### Objetivo Específico 2

Estrategia central	Ejes de la estrategia	Acciones	Indicadores	Meta
Protocolo De Intervención	Detectar la Infracción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vigilancia</li> <li>Quejas y denuncias de los habitantes y turistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número Total de Infracciones Cometidas (NTIC)</li> <li>Numero de Comerciantes y prestadores de servicios Con una infracción (NCPCUI)</li> <li>Numero de Comerciantes y prestadores de servicios Con Dos Infracciones (NCPCDI)</li> </ul>	<p><b>NTIC</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Para que se cumpla es = <b>1%</b></li> <li>Para evaluar la estrategia es <b>0,5% ≥ x &lt; 1%</b></li> <li>Para cambiar la estrategia es &lt; <b>1%</b></li> </ul> <p><b>NCPCUI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>para que se cumpla es = <b>1%</b></li> <li>para evaluar la estrategia es <b>0,5% ≥ x &lt; 1%</b></li> <li>para cambiar la estrategia es &lt; <b>1</b></li> </ul> <p><b>NCPCDI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>para que se cumpla es = <b>0,5%</b></li> <li>para evaluar la estrategia es <b>0,1% ≥ x &lt; 0,5%</b></li> </ul>
	Primera Intervención	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aviso verbal</li> <li>Identificar la Infracción</li> <li>El Tipo de infracción</li> <li>Recopilar las Evidencias</li> <li>Capacitación en sitio</li> </ul> <p>En la parte inferior se enseña el formato de intervención</p>	Se presenta a continuación las fórmulas de los indicadores	
	Segunda Intervención	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicación del decreto 051-2024</li> <li>Plazo de corrección y mejoramiento</li> </ul>		
	Reincidencias reiteradas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cierre temporal de establecimiento</li> </ul>		

		y/o retención de los elementos		• para cambiar la estrategia es < 0,5
	Medidas Complementarias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación para miembros de la municipal y la policía</li> <li>• Trabajo interinstitucional</li> <li>• Evaluación administración</li> </ul>		

Fuente: Elaboración Propia

## Indicadores De La Estrategia Protocolo De Intervención

### Número Total de Infracciones Cometidas (NTIC)

En este indicador se mide la cantidad total de infracciones cometidas por no cumplir las capacitaciones del Decreto 051-2024

$$NTIC = \frac{CANTIDAD DE INFRACCIONES COMETIDAS}{TOTAL DE COMERCIANTES Y PRESTADORES CAACITADOS} \times 100$$

### Numero de Comerciantes y prestadores de servicios Con una infracción (NCPCUI)

En este indicador se mide la cantidad de comerciantes y prestadores tanto formales que cometieron una infracción Decreto 051-2024

$$NCPCUI = \frac{CANTIDAD DE PRIMERAS INFRACCIONES COMETIDAS}{TOTAL DE COMERCIANTES Y PRESTADORES CAPACITADOS} \times 100$$

### Numero de Comerciantes y prestadores de servicios Con Dos Infracciones (NCPCDI)

En este indicador se mide la cantidad de comerciantes y prestadores tanto formales que cometieron dos Decreto 051-2024

$$NCPCDI = \frac{CANTIDAD DE SEGUNDAS INFRACCIONES COMETIDAS}{TOTAL DE COMERCIANTES Y PRESTADORES CAPACITADOS} \times 100$$

**Tabla 6***Formato de intervención*

Fecha	Hora	Nombre del comercio	Nombre del representante de la infracción	Tipo de Infracción	Evidencias	Sanción Impuesta	Intervención		Firma del funcionario	Cargo del funcionario	Firma del Infractor
							1	2			

Fuente: Elaboración Propia

- 7.1. Fecha: es la fecha de la visita al comercio
- 7.2. Hora: que se realizado la visita
- 7.3. Nombre del representante de la infracción: persona que atiende la intervención
- 7.4. Tipo de Infracción: si es sonora, visual u otra
- 7.5. Evidencia: si es fotografía, video u otra
- 7.6. Sanción Impuesta: capacitación o cierre
- 7.7. Intervención: 1: si es la primera, 2: si es la segunda
- 7.8. Firma del funcionario: la firma del funcionario o policía que realiza la visita
- 7.9. Cargo del funcionario: si es de la administración o si es policía
- 7.10. Firma del Infractor: firma de la persona que recibió la visita

## Desarrollo Objetivo Especifico 3

**Tabla 7***Objetivo específico 3*

Estrategia central	Ejes de la estrategia	Acciones	Indicadores	Meta

Solicitar	Realizar la solicitud	Documento de solicitud generado por el equipo de trabajo	Número Total de Solicitudes Realizadas (NTSR)  Se presenta a continuación las fórmulas de los indicadores	<b>NTSR</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• para que se cumpla es = 100%</li> <li>• para evaluar la estrategia es <math>95\% \geq x &lt; 99\%</math></li> <li>• para cambiar la estrategia es <math>&lt; 95\%</math></li> </ul>
	Evaluación	Evaluación técnica de la solicitud		
	Permiso	Generación de la resolución		
	Caso especial	Decreto del Alcade	En caso de que las herramientas publicitarias se han de vital urgencia su uso el alcalde dará el permiso sin tener en cuenta al comité de trabajo	

## Indicadores De La Estrategia de Solicitud

### Número Total de Solicitudes Realizadas (NTSR)

En este indicador se mide la cantidad total de comerciantes y prestadores tanto formales e informales que se capacitaran para poder estar alineado con el Decreto 051-2024

$$NTSR = \frac{CANTIDAD\ DE\ SOLICITUDES\ REALIZADAS}{TOTAL\ DE\ COMERCIANTES\ Y\ PRESTADORES\ DE\ SERVICIOS\ RECONOCIDOS} \times 100$$

## 7. CRONOGRAMA

**Tabla 8**

*Cronograma Propuesta de trabajo para el Plan de Mejoramiento*

MES	SEMANA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Octubre	Semana 1	<p><b>1. Reunión inicial:</b> se realiza una reunión con los actores responsables Alcaldía, secretarías, policía, Comerciantes y prestadores de servicios formales e informales, habitantes, representante de la cámara de comercio de Tunja, en esta se definirán los roles, responsabilidades y asignación de tareas.</p>	
	Semana 2	<p><b>2. Censo para comerciantes informales:</b> Se realizar un censo para determinar los comerciantes y prestadores de servicios informales para poder realizar las capacitaciones correspondientes.</p> <p><b>3. Inventario Publicitario:</b> Realización de un inventario de las herramientas de publicidad iniciales que causan la contaminación visual y sonora</p> <p><b>4. Análisis del Decreto 051-2024:</b> se realizará una revisión detallada de decreto para entenderlo por parte de todos los miembros de equipo de trabajo</p> <p><b>5. Realización del plan de trabajo y de comunicación:</b> Aceptar y/o mejorar el mensaje de plan de mejoramiento, corroborar los canales de comunicación del equipo.</p>	
	Semana 3	<p><b>1. Diseño de material de Capacitación:</b> diseñar todas las herramientas que se usaran por parte del equipo de trabajo para capacitar a los comerciantes, prestadores de servicios, los miembros de la administración y de la policía. Esto podrán incluir presentaciones,</p>	
	Semana 4		

		cartillas o folletos, infografías y presentaciones para la campaña de sensibilización.	
Noviembre	Semana 1	<b>1. Capacitación de funcionarios de la alcaldía y la policía:</b> Se realizarán los talleres de capacitación para los diferentes funcionarios municipales y de la policía sobre el Decreto 051-2024, como ellos deben hacerlo cumplir por medio de los diferentes procedimientos de control y vigilancia y las debidas sanciones en los casos que se ha necesario. En estos talleres se les dará a conocer los procedimientos de solicitud de usos de las herramientas publicitarias y los protocolos de intervención.	
	Semana 2		
	Semana 3	<b>1. Socialización de la campaña de educación y sensibilización:</b> se dará a conocer esta campaña a nivel municipal a través de los canales aprobados previamente <b>2. Realización de los talleres para comerciantes:</b> Inicio de los talleres para los comerciantes tanto formales como informales en donde se les dará a conocer: el Decreto 051-2024, los beneficios del cumplimiento, los problemas que se pueden presentar al no cumplirlo y solución de dudas.	
	Semana 4		
Diciembre	Semana 1	<b>1. Realización de los talleres para comerciantes:</b> Inicio de los talleres para los comerciantes tanto formales como informales en donde se les dará a conocer: el Decreto 051-2024, los beneficios del cumplimiento, los problemas que se pueden presentar al no cumplirlo y solución de dudas. <b>2. Visitas de verificación:</b> se empezarán a realizar visitas a los establecimientos donde ya se capacitaron a los comerciantes para ver si están aplicando el Decreto	
	Semana 2		

	Semana 3	<p><b>1. Realización de los talleres para comerciantes:</b> Inicio de los talleres para los comerciantes tanto formales como informales en donde se les dará a conocer: el Decreto 051-2024, los beneficios del cumplimiento, los problemas que se pueden presentar al no cumplirlo y solución de dudas.</p>	
	Semana 4	<p><b>2. Visitas de verificación:</b> se empezarán a realizar visitas a los establecimientos donde ya se capacitaron a los comerciantes para ver si están aplicando el Decreto, en esta semana se efectuarán más seguido debido a las fechas y celebraciones de fin de año en donde se pueden quebrantar más el Decreto</p> <p><b>3. Diseño de la señalización:</b> se realizará un diseño de señalización donde se indique que no se pueden usar las herramientas publicitarias que generan contaminación</p>	
Enero	Semana 1	<p><b>1. Primera evaluación:</b> se efectuará una primera evaluación de modelo y corroborar si está funcionando y se revisará los indicadores</p>	
	Semana 2	<p><b>2. Últimas capacitaciones:</b> Se realizará la última ronda de capacitaciones a los comerciantes registrados y censados que aun no la han tomado las capacitaciones</p> <p><b>3. Visitas de verificación:</b> se realizar visitas a los establecimientos donde ya se capacitaron a los comerciantes para ver si están aplicando el Decreto</p>	
	Semana 3	<p><b>1. Instalación de la señalización:</b> se instalará la señalización correspondiente en las zonas donde no se podrá utilizar las herramientas de publicidad</p> <p><b>2. Organización de eventos:</b> para crear mayor conciencia se efectuarán eventos en los cuales se creará mayor conciencia a los comerciantes, ciudadanos y visitantes</p>	

		<b>3. Visitas de verificación:</b> se realizar visitas a los establecimientos donde ya se capacitaron a los comerciantes para ver si están aplicando el Decreto	
	Semana 4	<p><b>1. Evaluación final:</b> se realizará una reunión evaluando el comportamiento de los comerciantes y prestadores de servicios formales e informales para analizar su comportamiento y ver si las medidas funcionaron o debe ser mejoradas o aplicar otras medidas más severas.</p> <p><b>2. Visitas de verificación:</b> se realizar visitas a los establecimientos donde ya se capacitaron a los comerciantes para ver si están aplicando el Decreto</p>	

Fuente: Elaboración Propia

## Conclusiones

- ✓ La implementación del plan de mejora presenta oportunidades significativas para promover un entorno comercial más sostenible en Villa de Leyva. A través del cumplimiento del Decreto 051-2024, se espera que los comerciantes adopten prácticas publicitarias más respetuosas, lo que beneficiará tanto a la comunidad como a los visitantes.
- ✓ La necesidad de desarrollar estrategias de comunicación efectiva y programas de sensibilización a través de las capacitaciones, talleres y campañas informativas puede lograr que los comerciantes y prestadores de servicios turísticos comprendan los beneficios de cumplir con las normativas para atraer una mayor cantidad de turistas para mejorar la economía propia y del municipio.
- ✓ El éxito del plan de mejora depende en gran medida de la colaboración entre comerciantes, autoridades locales y la comunidad. La disposición de todos los actores involucrados será crucial para asegurar que las medidas adoptadas se implementen efectivamente y se evalúen de manera continua.
- ✓ Toda acción que genere mejoramiento en las actividades que se desarrollan en un municipio fortalecen la economía, siempre y cuando exista la comunicación, capacitación y disposición necesaria por los diferentes actores que intervienen en ellas.
- ✓ Se prevé que, si se implementan adecuadamente las estrategias propuestas, Villa de Leyva no solo mejorará la calidad de su entorno visual y auditivo, sino que también verá un aumento en el turismo sostenible, lo que repercutirá positivamente en la economía local. Un enfoque constante en la evaluación y el ajuste de las estrategias permitirá adaptarse a las necesidades cambiantes de la comunidad y sus visitantes.

### **Recomendaciones**

- ✓ Es fundamental mantener una comunicación fluida y constante entre el gobierno local, los comerciantes y operadores turísticos, para asegurar que todo comprendan los objetivos y beneficios del decreto 051-2024, así como para recoger sugerencias que enriquezcan su implementación.
- ✓ Organizar programas de formación para comerciantes y operadores turísticos sobre el uso de métodos de publicidad menos invasivos y más acordes con el carácter histórico de Villa de Leyva, como son: talleres de marketing digital, publicidad responsable y el manejo del ruido.
- ✓ Impulsar la transición hacia medio digitales de publicidad, como páginas web, redes sociales y aplicaciones turísticas pueden reducir significativamente la dependencia de materiales físicos, contribuyendo a la reducción de la contaminación visual y auditiva.
- ✓ Establecer un sistema de seguimiento en el que se pueda evaluar periódicamente el impacto de las medidas implementadas ajustándolas según sea necesario para lograr un equilibrio entre la preservación del patrimonio y el desarrollo económico local.

## Referencias

Organización Mundial del Turismo (2013). *Guía Para La Elaboración De Planes De Desarrollo*

*Turístico Sostenible*. Madrid. OMT

Kotler, P. Bowen, J. T. & Makens, J.C. (2009) *Marketing Para Destinos turísticos*. Pearson

Educación

*Home*. (s/f). Gov.co. Recuperado el 11 de septiembre de 2024, de [https://www.villadeleyva-](https://www.villadeleyva-boyaca.gov.co/Paginas/Home.aspx)

[boyaca.gov.co/Paginas/Home.aspx](https://www.villadeleyva-boyaca.gov.co/Paginas/Home.aspx)

*Modelo de la conducta planificada para la promoción del turismo civilizado: caso Villa de*

*Leyva (Boyacá, Colombia)*. (s/f). Edu.co. Recuperado el 11 de septiembre de 2024, de

<https://revistas.itm.edu.co/index.php/revista-cea/article/view/2469/2828>

La vida econ, C. en la C. F. la P. de T. en las D. Q. L. A. y. en, & de un orden justo., M. la I. T.

y. A. la C. P. y. la V. (s.f.). *Servir a la comunidad, promover la prosperidad general y*

*garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes*. Gov.co. Recuperado el 11

de septiembre de 2024, de [https://www.villadeleyva-](https://www.villadeleyva-boyaca.gov.co/Transparencia/Normatividad/Decreto%20051-2024.pdf)

[boyaca.gov.co/Transparencia/Normatividad/Decreto%20051-2024.pdf](https://www.villadeleyva-boyaca.gov.co/Transparencia/Normatividad/Decreto%20051-2024.pdf)

(S/f). Redalyc.org. Recuperado el 11 de septiembre de 2024, de

<https://www.redalyc.org/journal/6040/604065931003/html/>

*Objetivos y metas de*. (2018, agosto 22). Desarrollo Sostenible.

<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>

Turisme CV Magazine. (2019, 4 de noviembre). *10 herramientas gratuitas para impulsar el turismo en tu municipio*. <https://www.turismecv.com/2019/11/04/10-herramientas-gratuitas-para-impulsar-el-turismo-en-tu-municipio/>

Turismo, A. L. I. (2020, julio 29). *6 herramientas de marketing digital para el turismo*. Andaluca Lab; Andalucía Lab. <https://www.andalucialab.org/blog/6-herramientas-de-marketing-digital-para-el-turismo/>

AcadeMix Asesores Académicos. (2020, June 8). *Explicación e interpretación matriz o gráfico MIME* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=bPCpOI0nos8>

Alcaldía de Villa de Leyva. (n.d.). *Secretaría de Turismo*. Villa de Leyva. <https://www.villadeleyva-boyaca.gov.co/NuestraAlcaldia/Dependencias/Paginas/Secretaria-de-Turismo.aspx>

Cámara de Comercio de Tunja. (2019). *Presentación Villa de Leyva: Demanda turística*. <https://cctunja.org.co/wp-content/uploads/2020/12/Presentaci%C3%B3n-villa-de-Leyva-2019-demanda-F.pdf>

**Anexos**

Decreto 051-2024 de la Alcaldía de Villa de Leyva