INSTITUTO DE INVESTIGACION CIENTIFICA, CONTABLE Y FINANCIERA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, AUDITORIA SISTEMAS DE CONTROL Y GESTION Y FINANZAS
Universidad Autonoma Gabriel Rene Moreno

XVI FERIA FACULTATIVA

DE EMPRENDEDURISMO INNOVACION Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA

GRUPO N°:

471

INVESTIGACIÓN FORMATIVA

NOMBRE DEL TEMA:

ANÁLISIS CONTAMINACIÓN VISUAL POR PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL MERCADO ABASTO ANTIGUO DE SANTA CRUZ DE LA SIERRA

INTEGRANTES:

Laura Vera Callaú	**221015493**
Rivaldo Santos Martínez	**222003741**
Silda Leandro Núñez	**218027834**
Sarai Choque Fernández	**221005481**
Isaías Vásquez Huarachi	**220024413**

DOCENTE GUÍA:

Lic. Liliana Bejarano Martínez

ORGANIZA:

APOYAN:

.

ÍNDICE

3. EL CUERPO DE LA INVESTIGACION FORMATIVA.....2

3.4 INTRODUCCIÓN.....2

3.2 JUSTIFICACIÓN.....3

3.3 OBJETIVO GENERAL.....4

3.4 OBJETIVO ESPECIFICO.....4

3.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS (MATRIZ DE HALLAZGOS).....5

3.5.1 PLANILLA DE DEFICIENCIA.....5

3.6 CONCLUSIONES.....6

3.7 RECOMENDACIONES.....6

3.8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....7

4 ANEXOS.....9

4.1 CUESTIONARIO.....9

4.2 INFORME DE AUDITORÍA AMBIENTAL DEL CUMPLIMIENTO DEL REGLAMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL MERCADO ABASTO ANTIGUO DE LA CIUDAD DE SANTA CRUZ DE LA SIERRA.....10

4.3 PRESUPUESTO DE TIEMPO.....11

4.4 ESQUEMA DE DOMINIO.....12

4.5 PROGRAMA DE AUDITORÍA.....14

3. EL CUERPO DE LA INVESTIGACION FORMATIVA

3.4 INTRODUCCIÓN

La contaminación visual publicitaria representa un problema ambiental urbano que deteriora significativamente el paisaje y el bienestar de los habitantes. Este tipo de contaminación se origina por la saturación de espacios públicos con elementos publicitarios como vallas gigantes, pantallas LED, letreros luminosos, banderolas y afiches colocados sin planificación. En Bolivia, la Ley 1333 de Medio Ambiente de 1992 sienta las bases para la protección del entorno y la calidad de vida ciudadana. Si bien esta normativa no utiliza el término exacto de "contaminación visual", establece principios sobre la conservación del paisaje y la prevención del daño ambiental. A nivel local, la Resolución Municipal 088/2009 y la Ordenanza 037/2003 de Santa Cruz regulan la instalación de publicidad exterior; sin embargo, la aplicación limitada de estas normas ha derivado en un crecimiento descontrolado de anuncios que invaden fachadas, plazas y vías, afectando la imagen urbana y el derecho a un ambiente visualmente equilibrado.

Por lo mencionado anteriormente, definimos como objetivo principal promover la toma de conciencia ciudadana, centrándonos en los estudiantes y futuros profesionales de la UAGRM en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. La finalidad es informar sobre las repercusiones que ocasiona la publicidad excesiva en aspectos como la salud visual y mental, la distracción vial, el deterioro del patrimonio arquitectónico y el confort del espacio público, para fomentar una cultura de respeto al entorno urbano.

Con el propósito de cumplir este objetivo general, se han formulado los siguientes objetivos específicos que guiarán el desarrollo de la investigación:

Recopilar y analizar información fundamental que permita definir conceptos básicos como contaminación visual, publicidad exterior y paisaje urbano; además de clasificar los tipos de publicidad invasiva, describir sus características, identificar las causas sociales y económicas que la generan, y evaluar sus efectos en la salud y seguridad. Todo esto sustentado en el marco legal vigente, incluyendo la Ley 1333, la Ley 482 y las normativas municipales 088/2009 y 037/2003.

Difundir la información de manera clara y persuasiva a través de estrategias comunicativas que logren sensibilizar a nuestro público objetivo, resaltando el impacto del abuso de carteles, anuncios luminosos y cableado en desorden. Asimismo, se busca impulsar propuestas de publicidad responsable que respeten la estética urbana y las regulaciones municipales.

Emplear recursos didácticos tales como afiches, infografías, presentaciones y dinámicas participativas para exponer los resultados del trabajo. Se contempla también la organización de campañas educativas dentro de la UAGRM que incentiven a los estudiantes a valorar y proteger el paisaje visual de su ciudad.

3.2 JUSTIFICACIÓN

La contaminación visual publicitaria constituye un problema ambiental urbano en aumento en las ciudades bolivianas, con mayor incidencia en aquellas de crecimiento comercial acelerado como Santa Cruz de la Sierra. Aunque no recibe la misma atención que la contaminación atmosférica o hídrica, sus consecuencias son evidentes: altera el paisaje urbano, disminuye la calidad estética de la ciudad, genera sobrecarga sensorial, provoca fatiga ocular y estrés, incrementa la contaminación lumínica nocturna y representa un riesgo para la seguridad vial al distraer a conductores y peatones.

El interés por desarrollar este informe nace de la observación directa del desorden publicitario en sectores comerciales de alta afluencia como el Mercado Abasto Antiguo. Como estudiantes de la UAGRM comprometidos con el desarrollo urbano responsable, identificamos una saturación de vallas de gran formato, letreros luminosos LED, pantallas digitales, banderolas, afiches adheridos a postes y fachadas, sumado al cableado aéreo desorganizado. Todos estos elementos compiten visualmente, provocando un entorno caótico que afecta tanto la percepción del espacio público como el bienestar emocional de quienes transitan la zona. Mediante recorridos y análisis en campo, verificamos que gran parte de esta publicidad incumple normativas vigentes como la Resolución Municipal 088/2009 y la Ordenanza 037/2003, que regulan tamaño, ubicación y luminosidad de los anuncios exteriores. Asimismo, constatamos que el exceso publicitario genera dificultad de concentración, ansiedad y deteriora la identidad arquitectónica cruceña al cubrir elementos patrimoniales. Esta realidad motivó la necesidad de profundizar en las causas, efectos y alternativas de control de este fenómeno. En consecuencia, el presente trabajo tiene como finalidad demostrar la magnitud de la contaminación visual por publicidad en el Mercado Abasto Antiguo, concientizar a la comunidad universitaria de la UAGRM sobre sus impactos negativos, y plantear propuestas educativas y prácticas que promuevan el uso responsable de la publicidad exterior. De este modo, se busca aportar a la construcción de una ciudad más ordenada, segura y visualmente equilibrada, donde la comunicación comercial respete el derecho colectivo a un entorno urbano limpio.

3.3 OBJETIVO GENERAL

Determinar el grado de contaminación visual generado por la publicidad exterior excesiva y desordenada en el Abasto Antiguo de Santa Cruz de la Sierra, verificando el cumplimiento de la Ordenanza Municipal 007/2011 y la Ley 1333 del Medio Ambiente por parte del Gobierno Autónomo Municipal. Asimismo, evaluar la eficacia de los controles municipales para prevenir, detectar y sancionar las infracciones, con el propósito de identificar el impacto negativo sobre la imagen urbana, la seguridad peatonal, la salud visual de los vecinos y comerciantes, y la recaudación fiscal por concepto de tasas publicitarias, para finalmente proponer acciones de ordenamiento que permitan recuperar el espacio público y mejorar la calidad ambiental del área comercial más tradicional de la ciudad.

3.4 OBJETIVO ESPECIFICO

1. Diagnosticar el estado actual de la publicidad exterior en el Abasto Antiguo mediante inspección física y registro fotográfico, para cuantificar la cantidad, ubicación y características de los elementos publicitarios que generan contaminación visual, elaborado por los estudiantes de la U.A.G.R.M. de la facultad de ciencias contables
2. Verificar el cumplimiento de la Ordenanza Municipal 007/2011 y la Ley 1333 del Medio Ambiente por parte del GAMSCZ y los comerciantes, identificando infracciones, publicidad no autorizada y ausencia de licencias/permisos correspondientes.
3. Evaluar la eficacia de los controles, fiscalización y sanciones aplicadas por el Gobierno Municipal, y proponer acciones de ordenamiento y recuperación del espacio público que reduzcan el impacto sobre la imagen urbana, seguridad peatonal y salud visual de la zona

3.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS (MATRIZ DE HALLAZGOS)

3.5.1 PLANILLA DE DEFICIENCIA

Tema: Contaminación visual por publicidad exterior - Abasto Antiguo
HECHO POR:
FECHA: 16/05/2026
SUPERVISADO POR: LILIANA BEJARANO

CONDICIÓN	CRITERIO	CAUSA	EFECTO	RECOMENDACIÓN	DISPOSICIÓN COMISIÓN AUDITORÍA
El GAMSCZ NO realiza Evaluación de Impacto Visual EVI antes de autorizar concentración masiva de 10+ letreros por cuadra en el Abasto Antiguo, generando saturación visual	Incumplimiento del Art. 18 de la Ley N° 1333 del Medio Ambiente: Obligación de evaluar impacto ambiental y visual de actividades que alteren el paisaje urbano	Ausencia de formato/metodología para medir saturación visual La Secretaría de Medio Ambiente solo cobra tasa municipal sin análisis técnico previo	Deterioro del paisaje urbano Estrés visual en peatones Pérdida de valor turístico del Abasto Antiguo como patrimonio histórico Disminución de competitividad de locales sin publicidad	Se recomienda a la MAE del GAMSCZ, a través de la Secretaría de Medio Ambiente, instruir la creación e implementación obligatoria de "Ficha EVI-Visual" para zonas comerciales saturadas, limitando máximo 5 letreros por 50m lineales y garantizando ordenamiento visual.	Si reportar en el informe
El GAMSCZ NO cuenta con protocolo de retiro inmediato de publicidad peligrosa. El plazo de atención es 15 días y no 24 horas como exige seguridad pública ante estructuras inestables	Incumplimiento del Art. 25 de la Ordenanza Municipal 007/2011: Facultar al GAMSCZ a ordenar retiro inmediato de publicidad que represente peligro para seguridad pública	Falta de brigada especializada de respuesta rápida Proceso burocrático lento sin registro de emergencias No existe línea directa de denuncia ciudadana	Riesgo físico ALTO para peatones y vehículos por caída de estructuras Posibles demandas civiles contra el municipio por accidentes Lesiones o muerte por electrocución con cables pelados en época de lluvia	Se recomienda a la MAE del GAMSCZ disponer la creación de "Brigada Abasto Seguro" con respuesta 24hrs, habilitar línea WhatsApp ciudadana para denuncias y aplicar sanción económica si el infractor no retira en 24hrs, fortaleciendo	Si reportar en el informe

CONCLUSIÓN: El Reglamento de Publicidad Exterior Ordenanza Municipal 007/2011 y la Ley 1333 del Medio Ambiente están funcionando de manera parcial en el Abasto Antiguo. El control municipal es deficiente en evaluación preventiva de impacto visual y en respuesta a emergencias, lo que genera riesgo ambiental y físico para la población

3.6 CONCLUSIONES

En lo que corresponde, se concluye que el Abasto Antiguo de Santa Cruz de la Sierra presenta un alto grado de contaminación visual generado por la publicidad exterior excesiva y desordenada.

Se verificó el incumplimiento parcial de la Ordenanza Municipal 007/2011 y de la Ley 1333 del Medio Ambiente Art. 18, tanto por parte de los contribuyentes que instalan publicidad sin autorización, como por la administración municipal en los procesos de fiscalización y sanción. Esta situación afecta negativamente la imagen urbana, la seguridad peatonal, la salud visual de vecinos y comerciantes, y reduce la recaudación fiscal por concepto de tasas publicitarias.

Por tanto, se evidencia la necesidad de que el GAMSCZ fortalezca los controles municipales, actualice el padrón de licencias y aplique sanciones efectivas, a fin de recuperar el espacio público y mejorar la calidad ambiental del área comercial más tradicional de la ciudad

3.7 RECOMENDACIONES

1. Fortalecer la fiscalización: Implementar operativos periódicos de inspección física en el Abasto Antiguo para identificar publicidad no autorizada y exigir su retiro inmediato, aplicando las sanciones establecidas en la OM 007/2011.
2. Actualizar y depurar el padrón municipal: Realizar un inventario georreferenciado de toda la publicidad exterior instalada, cruzando la información con las licencias otorgadas, a fin de mejorar el control y la recaudación por tasas publicitarias.
3. Campaña de sensibilización: Desarrollar programas de educación y difusión dirigidos a comerciantes y vecinos sobre los efectos de la contaminación visual y las obligaciones establecidas en la Ley 1333 del Medio Ambiente Art. 18.
4. Coordinación interinstitucional: Mejorar la coordinación entre la Dirección de Espacios Públicos, la Dirección de Recaudaciones y la Intendencia Municipal para agilizar los procesos de autorización, control y sanción

3.8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcalá, M., & Torres, R. (2023). Contaminación visual urbana: Impacto en la salud mental y percepción del paisaje. Revista Latinoamericana de Estudios Ambientales, 12(2), 45-62. doi.org

Beramendi, M., & Zubieta, E. (2022). Percepción del espacio público y contaminación visual en ciudades intermedias. Universitas Psychologica, 21(1), 1-15. doi.org

Bolaños, L., García, S., & Medina, P. (2024). Publicidad exterior y deterioro del paisaje urbano en Santa Cruz de la Sierra. Revista UAGRM de Ciencias Sociales, 9(1), 88-105. revistas.uagrm.edu.bo

Concejo Municipal de Santa Cruz de la Sierra. (2009). Resolución Municipal 088/2009: Reglamento de Publicidad Exterior. Gobierno Autónomo Municipal de Santa Cruz. concejomunicipalscz.gob.bo

Concejo Municipal de Santa Cruz de la Sierra. (2003). Ordenanza Municipal 037/2003: Uso y Ocupación de Vías Públicas. GAM Santa Cruz. gmsantacruz.gob.bo

Corredor, J. (2021). Contaminación visual: Causas, consecuencias y estrategias de mitigación. Ecología Verde. ecologiaverde.elperiodico.com

El Deber. (2023, 15 de marzo). Atención: Mercado Abasto Antiguo permanece cerrado por limpieza, desratización y fumigación. eldeber.com.bo

Flores, A., & Martínez, K. (2025). Efectos de la publicidad LED en la fatiga visual y seguridad vial. Revista Iberoamericana de Ergonomía, 8(3), 201-218. doi.org

Gobierno Autónomo Municipal de Santa Cruz de la Sierra. (2022). Ley 482 de Gobiernos Autónomos Municipales y su aplicación en publicidad exterior. Gaceta Municipal. gmsantacruz.gob.bo

Herrera, C., & Vargas, D. (2023). El paisaje urbano y la identidad cultural frente a la saturación publicitaria. Arquitectura y Urbanismo, 44(2), 33-48. redalyc.org

INFOBAE. (2022, 26 de marzo). Contaminación visual: Un fenómeno alarmante que crece y preocupa a las grandes ciudades. infobae.com

Ley 1333. (1992). Ley de Medio Ambiente del Estado Plurinacional de Bolivia. Gaceta Oficial de Bolivia. derechoteca.com

López, M. (2024). Contaminación visual publicitaria: Análisis desde la percepción ciudadana. Scribd. es.scribd.com

Ministerio de Medio Ambiente y Agua. (2021). Guía para la gestión del paisaje urbano y control de contaminación visual. MMAyA Bolivia. mmaya.gob.bo

Paredes, R. (2022). Contaminación visual en Santa Cruz: Análisis y consecuencias. Universidad Autónoma Gabriel René Moreno. studocu.com

Ramírez, T., & Soliz, F. (2023). Estrategias comunicacionales para reducir la contaminación visual en mercados urbanos. Revista Científica UCB, 7(2), 112-130. doi.orgRojas, G. (2021). Publicidad y contaminación visual: Un problema de todos. VirtualMailer. virtualmailer.com.ar

Sánchez, E. (2024). Impacto ambiental de la publicidad exterior en Bolivia. DocuCity. docu.com.esValdez, J., & Choque, L. (2025). Ordenamiento urbano y normativa de publicidad en ciudades bolivianas. Revista Boliviana de Derecho Ambiental, 15(1), 77-95. revistas.usfx.bo

Zamora, P. (2022). Antecedentes históricos de la contaminación visual. Contaminación Visual MTY. contaminacionvisualmty.weebly.com

4 ANEXOS

4.1 CUESTIONARIO

Tema: Cumplimiento Reglamento Publicidad Exterior - Abasto Antiguo

Aplicado a: Responsable GAMSCZ a Comerciantes | Abril 2026

N° ART.	PREGUNTAS	SI	NO
Art. 5	Considerando que la Ordenanza Municipal 007/2011 Art. 5 establece que "Toda persona natural o jurídica que desee instalar cualquier tipo de publicidad exterior deberá contar previamente con el permiso correspondiente emitido por el Gobierno Autónomo Municipal", ¿usted puede verificar que al menos el 60% de los letreros principales del Abasto Antiguo cuentan actualmente con dicho permiso vigente y están registrados en el sistema municipal para fiscalización?	X	
Art. 8	De acuerdo al Art. 8 de la Ordenanza Municipal 007/2011 que señala "Los letreros no deberán sobrepasar el 80% del ancho de la fachada del inmueble ni exceder 1.5 metros de altura", ¿la mayoría de los locales comerciales del Abasto Antiguo respeta estas medidas evitando tapar ventanas, puertas de emergencia y fachadas de negocios vecinos?	X	
Art. 12	Tomando en cuenta que el Art. 12 exige que "Toda estructura publicitaria deberá mantenerse en perfecto estado de conservación, seguridad y estética", ¿las estructuras metálicas y conexiones eléctricas instaladas desde 2024 no presentan óxido, corrosión ni cables pelados que representen riesgo para peatones?	X	
Ley 1333 Art. 18	Conforme a la Ley 1333 del Medio Ambiente Art. 18 que obliga a "evaluar el impacto ambiental de obras y actividades que alteren el paisaje urbano", ¿la Secretaría de Medio Ambiente del GAMSCZ realiza algún tipo de evaluación visual antes de autorizar concentración masiva de más de 10 letreros por cuadra en el Abasto Antiguo?		X
Art. 25	Según el Art. 25 que faculta al GAMSCZ a "ordenar el retiro inmediato de toda publicidad que represente peligro para la seguridad pública", ¿existe un protocolo documentado que garantice respuesta en menos de 48 horas ante denuncias de estructuras inestables o cables cortados en el Abasto Antiguo?		X

4.2 INFORME DE AUDITORÍA AMBIENTAL

INFORME DE AUDITORÍA AMBIENTAL DEL CUMPLIMIENTO DEL REGLAMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL MERCADO ABASTO ANTIGUO DE LA CIUDAD DE SANTA CRUZ DE LA SIERRA

4.2.1 ANTECEDENTES, OBJETO, OBJETIVO, ALCANCE Y METODOLOGÍA

4.2.2 RESULTADO DEL EXAMEN

1.1 **El GAMSCS** NO realiza evaluación de impacto visual previo a autorizar concentración masiva de publicidad, incumpliendo el Art. 18 de la Ley N° 1333 del Medio Ambiente; causando ausencia de metodología para medir saturación visual, solo se cobra tasa municipal sin análisis técnico; teniendo como efecto deterioro del paisaje urbano, estrés visual en peatones y pérdida de valor turístico del Abasto Antiguo como patrimonio.

R1. Se recomienda al GAMSCS, a través de la Secretaría de Medio Ambiente, instruir la creación e implementación obligatoria de "Ficha de Evaluación de Impacto Visual - EVI" para zonas comerciales saturadas, limitando máximo 5 letreros por 50 metros lineales y garantizando ordenamiento visual urbano.

1.2 **El GAMSCS** NO cuenta con protocolo de retiro inmediato de publicidad que representa peligro, incumpliendo el Art. 25 de la Ordenanza Municipal 007/2011; causando falta de brigada de respuesta rápida y plazo de atención de 15 días en lugar de 24 horas; teniendo como efecto riesgo físico alto para peatones y vehículos por caída de estructuras, posibles demandas civiles contra el municipio y riesgo de electrocución por cables expuestos en época de lluvia.

R2. Se recomienda al GAMSCS disponer la creación de "Brigada Abasto Seguro" con respuesta menor a 24 horas, habilitar línea directa vía WhatsApp para denuncias ciudadanas y aplicar sanción económica al infractor que no retire estructuras peligrosas en el plazo establecido, fortaleciendo mecanismos de control y supervisión municipal.

CONCLUSIÓN

Como resultado de la auditoría, se concluye que el Reglamento de Publicidad Exterior Ordenanza Municipal 007/2011 y la Ley N° 1333 del Medio Ambiente están funcionando de manera parcial en el Mercado Abasto Antiguo. Existe cumplimiento moderado en permisos y dimensiones de estructuras nuevas 3/5, pero persisten deficiencias críticas en evaluación preventiva de impacto visual y atención de emergencias de seguridad pública 2/5.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al GAMSCS considerar las recomendaciones R1 y R2 del presente informe, priorizando la implementación inmediata de la Ficha EVI-Visual y la Brigada Abasto Seguro para mitigar los riesgos ambientales y de seguridad detectados en el Mercado Abasto Antiguo.

4.3 PRESUPUESTO DE TIEMPO

COMISIÓN	PLANIFICACIÓN	EJECUTA	INFORMA	TOTAL, HORAS
Jefe de comisión Ing. Ambiental	95 25%		11.4 3%	**106.40**
Supervisor	76 20%	38 10%	26.6 7%	**140.6**
Experto 1 Derecho		68.4 18%		**68.4**
Experto 2 arquitecto				
Asistente 1 Ingeniero Civil		45.6 12%		**45.6**
Asistente 2 Comunicación				
Asesor legal abogado	19 5%			**19.5**
TOTAL	**120 horas 50%**	**152 horas 40%**	**38 horas 10%**	**380 horas**

4.4 ESQUEMA DE DOMINIO

4.4.1 OBJETO

Contaminación Visual por Publicidad Exterior en el Abasto Antiguo - GAM Santa Cruz de la Sierra

Delimitación:

Espacial: 4 cuadras del Mercado Abasto Antiguo. Calles: Sucre, Libertad, Velasco, Ballivián.

Temporal: Gestión 2025, período de fiscalización abril-mayo.

Sujetos: GAMSCZ a través de la Su alcaldía Centro y Dirección de Publicidad. Comerciantes/Anunciantes

4.4.2 OBJETIVO

El objetivo general es verificar si el Gobierno Autónomo Municipal de Santa Cruz de la Sierra implementa, controla y fiscaliza de manera eficaz, eficiente y económica la contaminación visual por publicidad exterior en el Abasto Antiguo, en cumplimiento de la Ley 1333 de Medio Ambiente, Decreto Supremo 26736 y Ordenanza Municipal 007/2011, para garantizar el derecho constitucional a un ambiente sano y un paisaje urbano armonioso.

4.4.3 MARCO LEGAL

CPE Art. 33

La base es la Constitución Política del Estado en su artículo 33, que reconoce el derecho de toda persona a un ambiente sano, protegido y equilibrado para el desarrollo de la vida.

Ley 1333 - Medio Ambiente Art. 18

La Ley 1333 de Medio Ambiente en su artículo 18 prohíbe expresamente cualquier tipo de contaminación visual y faculta a los gobiernos municipales a sancionar a quienes coloquen publicidad sin autorización o que exceda dimensiones permitidas.

OM 007/2011 GAMSCZ

A nivel municipal, la Ordenanza Municipal 007/2011 es la norma específica que regula la publicidad exterior en Santa Cruz. El artículo 25 de esta OM limita la dimensión máxima de los letreros a 12 metros cuadrados y la altura máxima a 7 metros, además exige permiso previo de la Dirección de Publicidad.

OM 170/2013

La OM 170/2013 Código de Policía Municipal complementa con las multas y sanciones para comerciantes que incumplen.

DS 26736

El Decreto Supremo 26736 reglamenta esta ley y establece el procedimiento administrativo sancionador que debe aplicar la Su alcaldía Centro.

Ley 755 GIRS

Finalmente, la Ley 755 de Gestión Integral de Residuos Sólidos se aplica cuando los carteles publicitarios quedan abandonados y se convierten en residuos, generando otro tipo de contaminación.

4.4.4 MARCO TÉCNICO

NB 1333

La Norma Boliviana 1333 establece los parámetros para evaluación de impacto visual y define que se debe valorar la calidad del paisaje urbano antes y después de la intervención publicitaria.

Manual EVI – MMAyA

El Manual de Evaluación de Impacto Visual del Ministerio de Medio Ambiente y Agua propone una escala de valoración del 1 al 5 para calificar el grado de alteración visual que genera cada letrero. Se considera alteración grave cuando el letrero supera el 30% de la fachada o usa colores estridentes que rompen la armonía del entorno.

OM 007/2011 Art. 25

Técnicamente la OM 007/2011 exige instrumentos de medición precisos. Por eso el método de control es inspección física con wincha métrica de 30 metros para medir ancho y alto, GPS Garmin 78s para georreferenciar cada letrero ilegal, y cámara fotográfica con fecha y hora para respaldo.

ISO 14031

La norma ISO 14031 de evaluación de desempeño ambiental se usa para calcular indicadores como densidad de letreros por metro de cuadra, porcentaje de letreros sin permiso, y porcentaje de letreros que superan las dimensiones legales. Estos indicadores permiten cuantificar objetivamente el problema.

Guía IBNORCA

4.4.5 PRODUCTO FINAL

Informe de Auditoría Ambiental con Recomendaciones

4.5 PROGRAMA DE AUDITORÍA

Objetivo de Auditoría: Verificar si el reglamento de control de publicidad exterior en el Abasto Antiguo se implementa y está funcionando de manera eficaz por parte del GAM Santa Cruz de la Sierra, conforme a OM 007/2011 y Ley 1333.

PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA	REF P/T	HECHO POR	SUPERVISADO POR
Solicita a Su alcaldía Centro el registro de permisos de publicidad exterior gestión 2025 para revisar cumplimiento de dimensiones, ubicación y requisitos del Art. 25 OM 007/2011.	CVA-01	Asistente 1	Supervisor
Se solicita al Experto Ambiental elaborar informe técnico sobre grado de alteración del paisaje urbano en Abasto Antiguo usando escala EVI 1-5 según Manual MMAyA y parámetros NB 1333.	CVA-02	Experto 1	Jefe Comisión
Verifica in situ el cumplimiento de dimensiones: medir con wincha métrica ancho, alto y saliente de cada letrero en las 4 cuadras Sucre, Libertad, Velasco y Ballivián y georreferenciar con GPS para detectar letreros que exceden 12m2 y 7m altura.	CVA-03	Experto 2 + Asistente 2	Supervisor
Diseña el papel de trabajo y aplica encuesta a 4 comerciantes y 10 vecinos del Abasto Antiguo para identificar afectados y cuantificar percepción de daño visual, pérdida de luz natural y obstrucción de señalética vial.	CVA-04	Asistente 1	Supervisor
Rastrea en Dirección de Fiscalización los procesos sancionatorios 2025: notificaciones emitidas, resoluciones, multas cobradas en UFVs y actas de retiro forzoso de publicidad ilegal según DS 26736.	CVA-05	Abogado Legal	Jefe Comisión
Diseña el papel de trabajo, consolida hallazgos con atributos condición-criterio-causa-efecto y elaborar dictamen final sobre eficacia, eficiencia y economía del control municipal de contaminación visual.	CVA-06	Jefe Comisión	Supervisor
Organiza, y archiva los P/T con evidencia fotográfica georreferenciada, fichas B-1, encuestas tabuladas y expedientes para sustentar el Informe de Auditoría NAG 230.	CVA-07	Asistente 2	Supervisor

MERCADO ABASTO ANTIGUO