

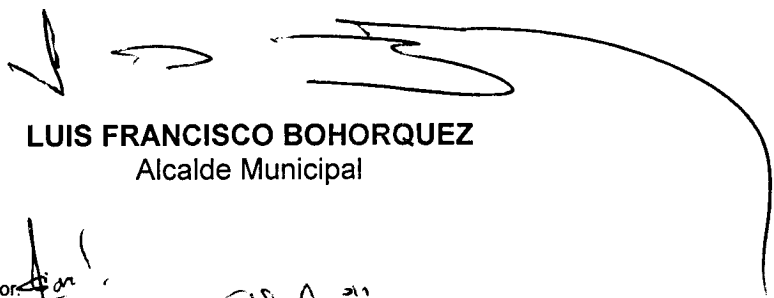
EXPOSICION DE MOTIVOS

La Publicidad Exterior Visual es el medio masivo de comunicación, permanente o temporal, fijo o móvil, que se destine a llamar la atención del público a través de leyendas o elementos visuales en general, o cualquier otra forma de imagen que se haga visible desde las vías de uso público y cuyo fin sea comercial, cívico, cultural, político, institucional o informativo.

Frente a este tema, la Secretaria del Interior Municipal es la autoridad encargada de emitir los permisos y/o registros de los elementos de publicidad a ser instalados en nuestro municipio, y de igual forma la inspección de salud y aseo adscrita a esta secretaria es la inspección facultada para la gestión y tramite de los procesos sancionatorio y desmonte de los elementos instalados indebidamente; funciones estas que siempre esta secretaria ha procurado desarrollar con el objeto principal de mejorar la calidad de vida de los habitantes de nuestro municipio, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en relación con la Publicidad Exterior Visual.

El Acuerdo 011 del 2014, NUEVO "PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE BUCARAMANGA SEGUNDA GENERACIÓN 2013-2027" se constituye en el referente, guía y sustento de la planificación de nuestro Municipio para los próximos años, este POT tiene su génesis en la lectura del Municipio actual, en el análisis concienzudo de las normas vigentes, en la manifiesta y urgente necesidad de revisar, ajustar, actualizar y/o redireccionar el desarrollo municipal; el mismo dentro de su artículo dispuso que la reglamentación de la publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga fuera actualizada, renovada y puesta acorde a este nuevo POT, para lo cual destino al Honorable Concejo de nuestro municipio, para que sea quien estudie, regule y reglamente las vías en las cuales se podrán ubicar los elementos de publicidad exterior Visual, razón que se considera más que suficiente para acudir ante el Honorable Concejo, con el fin de presentar el Proyecto de Acuerdo que reglamentara la publicidad exterior visual en nuestro Municipio, teniendo siempre de presente la salvaguarda y protección de los derechos de nuestros conciudadanos, e igualmente procurar y garantizar el control sobre los elementos de publicidad, la conservación del paisaje y la defensa del espacio público, sin olvidar que la actividad publicitaria se encuentra legalmente permitida en la Ley 140 de 1994.

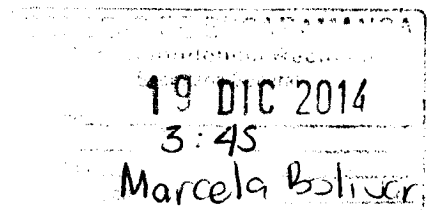
Presentado por,



LUIS FRANCISCO BOHORQUEZ
Alcalde Municipal

Reviso:

- Dr. Cesar Parra Galvis – Secretario del Interior.
- Dra. Claudia Mercedes Amaya Ayala. Secretaria de Salud y Ambiente.
- Dr. Mauricio Mejia Abello Secretario de Planeación.
- Reviso Aspectos Jurídicos:
- Dr. Cristian David Montezuma Atendía – Abogado Externo Secretaria Jurídica.
- Dra. Rosa Maria Villamizar. Profesional especializada
- Dra. Tatiana del Pilar Tavera. Asesora Despacho
- Dr. Carmen Cecilia Simijaca Agudelo – Secretaria Jurídica.



19 DIC 2014
3:45
Marcela Bolivar



POR MEDIO DEL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA

EL CONCEJO DE BUCARAMANGA,

En uso de sus atribuciones constitucionales y legales, especialmente las conferidas en el artículo 313 de la Constitución Política, y la Ley 140 de 1994

CONSIDERANDO

1. Que el Artículo 313 de la Constitución Política de Colombia preceptúa "Artículo 313. Corresponde a los concejos: 1. Reglamentar las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del municipio. 2. Adoptar los correspondientes planes y programas de desarrollo económico y social y de obras públicas. 3. Autorizar al alcalde para celebrar contratos y ejercer pro tempore precisas funciones de las que corresponden al Concejo. 4. Votar de conformidad con la Constitución y la ley los tributos y los gastos locales. 5. Dictar las normas orgánicas del presupuesto y expedir anualmente el presupuesto de rentas y gastos. 6. Determinar la estructura de la administración municipal y las funciones de sus dependencias; las escalas de remuneración correspondientes a las distintas categorías de empleos; crear, a iniciativa del alcalde, establecimientos públicos y empresas industriales o comerciales y autorizar la constitución de sociedades de economía mixta. 7. Reglamentar los usos del suelo y, dentro de los límites que fije la ley, vigilar y controlar las actividades relacionadas con la construcción y enajenación de inmuebles destinados a vivienda. 8. Elegir Personero para el período que fije la ley y los demás funcionarios que ésta determine. 9. Dictar las normas necesarias para el control, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural del municipio. 10. Las demás que la Constitución y la ley le asignen."
2. Que la Ley 140 de 1994, establece las condiciones en que puede realizarse publicidad exterior visual en el Territorio Nacional y determina en su artículo 3°, letra c que no podrá ubicarse donde lo prohíban los concejos municipales de conformidad con los numerales 7° y 9° del artículo 313 de la constitución nacional.
3. Que mediante Decreto 0076 del 15 de mayo de 2014 se reglamentó la publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga.
4. Que mediante el Acuerdo No. 011 del 21 de mayo de 2014, "POR EL CUAL SE ADOPTO EL PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL" se dispuso que el CONCEJO DE BUCARAMANGA reglamentara las vías en las cuales se podrán ubicar los elementos de publicidad exterior visual.
5. Que se hace indispensable reestructurar y definir algunos de los conceptos y procedimientos descritos en el Decreto 0076 de 2014.

Que en mérito de lo expuesto,

ACUERDA

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1°. DEFINICIÓN Y CAMPO APLICACIÓN. Para efectos del presente Acuerdo se establecen las condiciones en que se puede realizar Publicidad Exterior Visual en Bucaramanga.

Se entiende por Publicidad Exterior Visual, el medio masivo de comunicación, destinado a informar o a llamar la atención del público a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sea peatonales o vehiculares, terrestres, o aéreas.

ARTICULO 2º. ELEMENTOS EXCLUIDOS. Para efectos de la aplicación de este Acuerdo, no se considera Publicidad Exterior Visual:

1. la señalización vial, de advertencia de peligro, de obras en construcción pública y privada.
2. Pendones, pasacalles o pasavías de información vial, que son aquellos que anuncian la modificación o restricción al flujo vehicular o al sentido de las vías, instalados por entidades públicas competentes o sus contratistas, los cuales se someten a las normas de señalización vial.
3. Nomenclatura urbana o rural.
4. La información sobre sitios históricos, turísticos y culturales.
5. Información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas del municipio, directamente o a través de personas contratadas para ello.
6. los avisos con las palabras arrendamiento, alquiler y venta de inmuebles,
7. Los elementos temporales de tipo electoral que se instalen previos a los comicios electorales y se rijan según la reglamentación que expida el Consejo Nacional Electoral
8. la información sobre sitios históricos, turísticos y culturales, y aquella información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas u otras personas por encargo de éstas, que podrá incluir mensajes comerciales o de otra naturaleza siempre y cuando éstos no ocupen más del 30% del tamaño del respectivo mensaje o aviso.
9. Las expresiones artísticas como pinturas o murales están reguladas por el Decreto 1469 de 2010 y estarán sujetas a licencia de intervención y ocupación del espacio público y será de competencia de la secretaria de planeación. Adicionalmente deberá cumplir con lo preceptuado en el artículo 282 del acuerdo 011 de 2014; POT de segunda generación que regula y establece las condiciones en que se podrá llevar a cabo esta actividad.

Parágrafo. Las entidades municipales que instalen anuncios institucionales, directamente o a través de terceras personas por su encargo, serán responsables directamente o a través de terceros, del mantenimiento, perfecta conservación y desmonte de los mismos.

ARTÍCULO 3º. OBJETO. El presente Acuerdo tiene como objeto reglamentar el manejo, aprovechamiento y conservación del paisaje con Publicidad Exterior Visual, procurando garantizar el control sobre los elementos de publicidad exterior, teniendo en consideración la capacidad de saturación del medio visual, la conservación del paisaje y la defensa del espacio público.

Como objetivos específicos del presente Acuerdo se encuentran, el de determinar las condiciones, procedimiento y ubicación de la Publicidad Exterior Visual, indicando las zonas en las que está permitida o prohibida su exhibición, los elementos, características, condiciones, sanciones y las responsabilidades que recaen sobre propietarios y anunciantes.

ARTÍCULO 4º. GLOSARIO. Para efectos del presente Acuerdo, se tendrán en cuenta las siguientes definiciones:

Adosado: En el caso de los avisos y pantallas, que se encuentra pegado a la fachada sin que medie espacio entre esta y el elemento.

Afectación luminosa a residencias: Penetración dentro de las edificaciones de uso residencial, de luz o iluminación, proveniente del elemento de publicidad exterior visual o del elemento que ilumina dicha publicidad.

Afiche o Cartel: Elemento de publicidad exterior visual en el que se imprime el mensaje y/o imágenes para promocionar un bien, servicio o evento.

Antepecho del segundo piso: En la fachada de un inmueble, es el área que se encuentra entre el borde inferior de la ventana del segundo piso hasta el cénit del primer piso. En el caso de que el inmueble no cuente con ventanas en el segundo piso, el antepecho será la distancia de un metro medido desde el cenit del primer piso hacia arriba.

Aviso separado de fachada: Elemento de publicidad exterior visual tipo aviso que se encuentra montado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos.

Avisos: Entiéndase por aviso conforme al numeral 3º 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. No serán considerados como avisos aquellos elementos destinados a señalar el ingreso y salida de los establecimientos, ni los horarios de atención al público.

Cartelera Local: Elemento de mobiliario urbano para portar publicidad exterior visual tipo cartel o afiche, instalado únicamente con autorización previa de la Administración.

Contaminación Visual: se considera contaminación visual la alteración del paisaje, que impacte negativamente y de forma irreversible e irreparable el medio natural por saturación del paisaje y del espacio público por la fijación y exposición tanto de los elementos de publicidad exterior visual, regulados o no, como de los elementos no considerados publicidad exterior visual.

Grandes Superficies Comerciales: Zonas conformadas por grandes establecimientos existentes, especializados en comercio y servicios de escala metropolitana, con una superficie útil para la exposición y venta al público superior a los 2.500 metros cuadrados.

Mural Artístico: Aquellas pinturas que, con carácter decorativo, temporal, y con motivos artísticos únicos e irrepetibles, que no podrán reproducirse en otros lugares de la ciudad, se realicen directamente sobre los muros de las culatas, que se pinten o impriman sobre telas que luego sean adosadas a éstos.

Mogador: Elemento de mobiliario urbano, instalado por la Administración, en el cual se puede colocar publicidad exterior visual tipo afiche o cartel.

Pantalla: Medio físico de comunicaciones donde se proyectan imágenes luminosas, las cuales pueden tener diferentes emisores y receptores. La proyección de imágenes puede tener diferentes características de secuencia, resoluciones, colores y tamaños; pueden ser únicas o múltiples y que en materia de publicidad exterior visual se constituye en una innovación tecnológica que puede ser instalada en las vallas.

Pasacalle: Elemento elaborado en tela o material similar que se ubica sobre la vía pública y que pende de sus partes laterales de una reglilla en material rígido resistente a la intemperie. Tiene como única finalidad anunciar de manera temporal, una actividad, evento o la promoción de comportamientos cívicos.

Pendón: Elemento elaborado en tela o material similar que en la parte superior e inferior se encuentran adheridos a una reglilla de material rígido resistente a la intemperie. Se permitirá su ubicación únicamente para anunciar, de manera temporal, una actividad o evento de carácter cívico, cultural, artístico, político o deportivo.

Publicidad de eventos realizados en el espacio público: Es aquella publicidad exterior visual que se permite, de manera temporal, para anunciar o promocionar un evento específico que se efectúa en el espacio público. El evento debe estar previamente autorizado por la Secretaría Distrital de Gobierno.

Publicidad Exterior Visual En Movimiento: Medio masivo de comunicación que se destina a llamar la atención del público a través de leyendas, elementos visuales o imágenes desde la vía pública a través de pantallas.

Publicidad Exterior Visual en Vehículos Automotores que publicitan productos o servicios: Son los vehículos automotores que utilizan las empresas para el transporte o distribución de los productos o aquellas que en la prestación de sus servicios, de manera directa o a través de terceros necesitan llevar publicidad y realizar actividades promocionales de sus marcas. Estos deben cumplir con la reglamentación del Ministerio de Transporte en cuanto a homologación de carrocerías.

Publicidad Exterior Visual en vehículos de servicio público de transporte de pasajeros: Es el elemento de publicidad exterior visual que se fija o instala, adherido o pintado sobre la superficie exterior de los vehículos para el servicio público de transporte de pasajeros o del sistema de transporte masivo, siempre que no contravengan las normas de tránsito.

Publicidad Móvil: Es aquella que se encuentra en movimiento y se desarrolla a través de todo tipo de medios de locomoción. Estos pueden ser vehículos automotores, motos, trenes, aviones, bicicletas, personas y todo aquello que tenga posibilidad de movimiento.

Publicidad Exterior Visual Sobre Fachadas: Es aquella publicidad exterior visual que se proyecta sobre la fachada de una edificación a través de la proyección de imágenes.

Vehículo con Plataforma Publicitaria: Vehículo automotor homologado por el Ministerio de Transporte destinado exclusivamente para el porte de vallas, avisos y letreros publicitarios.

Vehículos Con Remolque Publicitario: Son vehículos de tracción con motor o humana que portan un remolque en el cual se puede exhibir publicidad a través de vallas, avisos o letreros. Estos deben cumplir con las normas particulares que para ello tiene el Ministerio de Transporte.

STREET MARKETING: Actividades que se realizan a través de personas y elementos publicitarios en cualquier tipo de vía de la ciudad, cuya finalidad es dar a conocer productos o servicios.

Valla Institucional: Elemento tipo valla que tiene por objeto comunicar actividades de los organismos del Estado.

Valla: Elemento de publicidad exterior visual 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. Para todos los efectos, cada valla estará integrada por la cara publicitaria y la estructura que la soporta.

Vehículo de servicio particular: Vehículo automotor destinado a satisfacer las necesidades privadas de movilización de personas, animales o cosas.

Vehículo de servicio público: Vehículo automotor homologado, destinado al transporte de pasajeros, carga o ambos por las vías de uso público mediante el cobro de una tarifa, porte, flete o pasaje.

Vehículo de transporte masivo: Vehículo automotor para transporte público masivo de pasajeros, cuya circulación se hace por carriles exclusivos e infraestructura especial para acceso de pasajeros.

PARAGRAFO. Las demás definiciones ausentes en el presente glosario, se aplicarán las definiciones del Acuerdo No. 011 de 2014 PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE BUCARAMANGA SEGUNDA GENERACION.

ARTÍCULO 5°. MODALIDADES DE PUBLICIDAD EXTERIOR. La publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga, se podrá realizar a través de las siguientes modalidades:

1. Publicidad Estática.
2. Publicidad Móvil.
3. Publicidad Aérea.

ARTICULO 6°: DE LAS COMPETENCIAS. Serán competencias de las distintas Entidades del municipio las siguientes:

1) Secretaría del Interior Municipal. Estará a su cargo el otorgamiento de registros y permisos, la expedición de las ordenes de liquidación del impuesto a la publicidad exterior visual otorgamiento del permiso, registro de los elementos publicitarios instalada en el Municipio de Bucaramanga, así mismo ordenará la remoción o desmonte de los elementos que no cumplan con la normatividad descrita con sujeción al procedimiento administrativo.

2) Corresponde a la Secretaría de Salud y Medio Ambiente el control y la vigilancia de la publicidad instalada de forma ilegal o no autorizada en el Municipio de Bucaramanga, la integración del comité técnico conformado por la Secretaría del Interior Municipal según el artículo 35 del presente Acuerdo en lo que respecta al componente ambiental y ecológico. Así mismo, la realización de las acciones a que haya lugar para la remoción o desmonte de los elementos publicitarios que disponga la Secretaria del Interior, a través de la Inspección de Salud y Aseo. Así mismo, será de su cargo la aplicación de las medidas sanitarias de seguridad a que haya lugar.

3) Estará a cargo de la Secretaría de Hacienda Municipal, la administración y control del tributo y demás funciones de fiscalización, liquidación oficial, discusión y devolución del impuesto de publicidad exterior visual conforme a los criterios y procedimientos señalados en el Acuerdo Municipal No. 043 de 1995, en el Estatuto Tributario Nacional o Municipal en caso de que sea adoptado por el Municipio de Bucaramanga. El cobro coactivo del impuesto, estará a cargo de la Tesorería General realizar el cobro coactivo del impuesto de Publicidad Exterior Visual, dejando constancia permanente en los recibos de pago que este no se constituye en permiso para su instalación.

4) La Dirección de Tránsito de Bucaramanga expedirá concepto técnico previo de la publicidad móvil que se pretenda instalar en vehículos automotores acorde con las medidas, porcentajes y restricciones señaladas en Código Nacional de Transito Ley 769 de 2002 , Resoluciones 4294 de 2009 y 2444 de 2003 y Decreto Municipal 0264 de 2007 y demás normas que regulen la materia.

5) La Secretaría de Planeación integrará el comité técnico conformado por la Secretaría del Interior Municipal según el artículo 35 del presente Acuerdo en lo que respecta al componente de localización, ubicación y distancia. Adicionalmente, será la entidad competente según lo establecido en el Decretos 1504 de 1998 y 1469 de 2010 para la expedición de las licencias de intervención y ocupación del espacio público, así mismo deberá determinar e informar los sitios en la ciudad donde se podrán instalar las estructuras para la fijación de los respectivos pasacalles, y los sitios establecidos para autorizar la instalación de afiches en la ciudad.

Parágrafo: La Secretaria de Salud y ambiente llevará una base de datos que almacene todas las actas de requerimientos a los infractores por violación a las normas de publicidad exterior visual, así mismo llevará registro de las remisiones de las actas remitidas ante la Inspección de Salud y Aseo para el inicio de la actuación administrativa.

ARTÍCULO 7°. CONDICIONES GENERALES DE LOS ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. La publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga, debe cumplir con las siguientes condiciones generales:

1. El material que se utilice para los elementos publicitarios debe ser resistente a la intemperie.
2. El ensamble debe realizarse sobre una estructura metálica u otro material estable, instalado con sistemas fijos resistentes a los fenómenos de la naturaleza.
3. El elemento publicitario debe estar integrado física, ambiental, visual, arquitectónica y urbanísticamente al paisaje, respetando el medio ambiente existente y sus demás elementos constitutivos.
4. La instalación de elementos publicitarios, tendrá en cuenta las condiciones especiales de visibilidad y preservación del paisaje, además de las condiciones de seguridad física.
5. La publicidad exterior visual no podrá contener mensajes que constituyan actos de competencia desleal, ni que atenten contra la constitución, las leyes, las normas departamentales o municipales, la moral, las buenas costumbres, o conduzcan a confusión con la señalización vial e informativa.
6. Los elementos publicitarios no podrán contener palabras, imágenes o símbolos que atenten contra el debido respeto a las figuras o símbolos consagrados en la historia nacional. Igualmente se prohíben las que atenten contra las creencias o principios religiosos, culturales, o afectivos de las comunidades que defienden los derechos humanos y la dignidad de los pueblos.
7. No se permitirá actividad publicitaria que utilice a persona o personas en movimiento, con la única finalidad de ser soporte material del mensaje, anuncio o instrumento de captación o atención del público.
8. Toda publicidad exterior visual comercial, deberá contener al momento de ser instalada el nombre del responsable, el registro o autorización asignada, periodo autorizado, fecha de vencimiento y el teléfono del dueño o propietario responsable del elemento publicitario.
9. La publicidad exterior visual que no cumpla con los requisitos contenidos en el presente Acuerdo, será removida de conformidad con el procedimiento que más adelante se señala.
10. No se permitirá la colocación de publicidad exterior visual a través de materiales reflectivos, rótulos, carteles, placas o similares que por su forma, color, dibujo, inscripciones o mensajes, puedan inducir a confusión con señales reglamentarias de tráfico que impidan su visibilidad o produzcan deslumbramientos a los conductores de vehículos.
11. La persona natural o jurídica interesada en realizar un espectáculo público en el Municipio de Bucaramanga y que requiera exhibir publicidad exterior visual de carácter comercial para promocionar un evento público, deberá tramitar previamente al anuncio del espectáculo el correspondiente permiso de publicidad de carácter comercial promocional y demostrar el pago de impuestos que le permite la exhibición antes y durante la presentación del evento. Por el contrario el interesado deberá certificar por escrito que no ha instalado previamente en el amueblamiento urbano de la ciudad

Handwritten signatures and initials, including a large '180' and various scribbles.

publicidad exterior visual comercial sin el cumplimiento de las condiciones establecidas en el presente Acuerdo a lo cual la secretaria del interior expedirá el correspondiente paz y salvo, y será verificada por parte de la administración municipal. De comprobarse dos horas antes al inicio del evento que no han sido retirados los elementos no autorizados la Secretaria del Interior procederá a la cancelación del espectáculo público.

Previo a la expedición del permiso de publicidad exterior visual para la realización de un espectáculo público, se requerirá concepto técnico ambiental y ecológico de la Secretaria de Salud y Ambiente.

12. Se permitirá la inclusión de innovaciones tecnológicas a los elementos de publicidad exterior, como proyecciones, pantallas electrónicas o informadores electrónicos entre otros, los cuales requieren para su instalación concepto previo y favorable de la Secretaria de Salud y Ambiente y Secretaria de Planeación respectivamente. Si se ubican en espacio público deberán tramitar la licencia de intervención del espacio público ante la secretaria de planeación de conformidad con lo señalado en el decreto 1460 de 2010 y las demás normas concordantes y en las que la modifiquen adicionalmente o sustituyan
13. De conformidad con lo establecido en el artículo 3 de la Ley 140 de 1994, se autoriza en el Municipio de Bucaramanga la instalación de publicidad exterior visual en los cerramientos temporales durante la ejecución de las obras autorizadas mediante licencias de urbanismo y/o construcción. Esta publicidad podrá ser instalada mientras dure la construcción o ejecución de las obras y objetos autorizados en la licencia correspondiente.
14. Los propietarios de predios privados que autoricen la instalación de cualquier tipo de publicidad visual en su predio, deberán coadyuvar con el trámite del respectivo permiso ante la Secretaria del Interior, el cual deberá llevar el concepto de viabilidad expedido por la Secretaria de Planeación Municipal y el concepto ambiental expedido por la Secretaria de Salud y Ambiente y el pago del respectivo impuesto ante la Secretaría de Hacienda, asumiendo la corresponsabilidad en el acatamiento de las normas que regulan la instalación de publicidad exterior visual.
15. Una vez definidos los sitios para la fijación de pasacalles y afiches por la Secretaria de Planeación, procederá la Secretaria de Infraestructura con la adquisición de las estructuras para pasacalles y el montaje de las carteleras para la fijación de afiches en las diferentes vías de la ciudad, asimismo ninguna persona natural o jurídica podrá colocar pasacalles, sin la previo autorización o permiso emitido por la Secretaria del Interior, y de ser autorizados deberán pagar previamente el impuesto señalado en el Acuerdo 043 de 1995, es de anotar que los afiches quedan prohibidos hasta tanto no sean ubicadas las carteleras para este fin.
16. Cuando por el contenido de su publicidad, un elemento de publicidad exterior visual, deba tener por mandato legal, un mensaje específico referente a la salud, el medio ambiente, la cultura o de carácter cívico, deberá incluir el mensaje respectivo en un área no inferior del diez por ciento (10%) del área total del elemento, cuyos caracteres deberán ser legibles desde la vía pública.
17. En época electoral, la publicidad política no podrá utilizar los símbolos patrios en sus campañas.
18. La publicidad exterior visual que se pretenda legalizar ante la Secretaria del Interior no deberá ser instalada previamente, hasta tanto no se obtenga el correspondiente registro o permiso.

Parágrafo 1°: Iniciada la actuación administrativa y si la persona natural, empresa privada o publicitaria no atiende la orden de desmonte inmediata de los elementos publicitarios y estructuras, la Inspección de Salud y Aseo podrá ordenar el sellamiento del elemento o



[Handwritten signatures and initials]

estructura fija y dará inicio a la aplicación de las sanciones, las cuales incluirá los gastos o costos que ocasione el desmonte de estructuras y elementos publicitarios.

Parágrafo 2°: Sin excepción la publicidad exterior visual permitida en los cerramiento temporales durante la ejecución de obras deberá contar con el registro de la Secretaria del Interior Municipal, previo concepto técnico emitido por la Secretaria de Planeación y la Secretaria de Salud y del Ambiente, de acuerdo con las competencias determinadas en el artículo 4 del presente Acuerdo.

ARTÍCULO 8°. MANTENIMIENTO. A todo elemento de Publicidad Exterior Visual que se ubique en Bucaramanga, deberá dársele adecuado mantenimiento, de tal forma que no presente condiciones de suciedad, inseguridad, ni genere factores de riesgo para la integridad física de los ciudadanos, de conformidad con las normas ambientales y urbanísticas que regulen la materia.

La Secretaría de Salud y Medio Ambiente efectuará revisiones periódicas a la publicidad que se encuentre colocada dentro del territorio de su jurisdicción, con el propósito de verificar que los responsables de la Publicidad Exterior Visual estén adelantando el adecuado mantenimiento del elemento y den estricto cumplimiento con el deber impuesto en este acuerdo.

Ningún elemento de Publicidad Exterior Visual podrá generar desecho, residuo o elemento alguno que genere contaminación, suciedad o ruido de conformidad con las normas legales vigentes.

TÍTULO II

LUGARES PARA LA FIJACIÓN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN BUCARAMANGA

CAPITULO I

LUGARES DE UBICACIÓN

ARTÍCULO 9°. UBICACIÓN. Podrá ubicarse publicidad exterior visual, previa autorización de la autoridad municipal competente, en todos los lugares del área urbana y rural del Municipio de Bucaramanga, salvo en los siguientes sitios:

1 En las áreas que constituyan espacio público de conformidad con las Leyes 9ª de 1989 y 388 de 1997 y demás disposiciones nacionales que rigen la materia, acuerdo 011 de 2014 (POT) y normas municipales que regulen la materia, sus decretos reglamentarios y demás reglamentación que las modifiquen o sustituyan, y de acuerdo con el Manual para el Diseño y construcción del Espacio Público de Bucaramanga o la norma que lo adicione, modifique o sustituya.

2. Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales y en las zonas históricas, áreas de patrimonio paisajístico, salvo que se trate de los avisos que indiquen el nombre de las entidades públicas, embajadas, establecimientos de comercio o lugares históricos, y de la publicidad exterior visual que de manera eventual que anuncie obras de remoción o espectáculos públicos en éstas áreas, al igual se podrá ubicar en los paraderos de los vehículos de transporte público y del Sistema Integrado para el transporte masivo, casetas de venta para periódicos y revistas, paneles publicitarios y demás elementos del amoblamiento urbano, de acuerdo con la reglamentación que se establezca en el Manual para el Diseño y construcción del Espacio Público en Bucaramanga o el documento que haga sus veces, siempre que cuenten con la debida autorización de la autoridad competente.

3. En las zonas de protección ambiental, zonas verdes, árboles, arbustos, parques y similares o en zonas de reservas naturales, hídricas y en aquellas zonas declaradas como de manejo y preservación ambiental, excepto las vallas o publicidad exterior visual de tipo institucional que informen sobre el cuidado de éstas, las cuales en todo caso deberán ser armónicas con el

objeto de esta norma. Tampoco se podrá colocar publicidad exterior visual constituida de materiales combustibles en zonas forestales.

4. En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor.

5. En las áreas de actividad residencial, salvo que se trate de avisos de identificación de establecimientos permitidos según lo establecido en el régimen de usos del acuerdo 011 de 2014; Plan de Ordenamiento Territorial, siempre y cuando con la respectiva viabilidad de uso adosado a la pared, los cuales podrán tener iluminación, o de los avisos publicitarios instalados en los paraderos de los vehículos de transporte público, casetas de venta de periódicos y revistas, paneles publicitarios, amoblamiento aprobado por la correspondiente licencia de intervención y ocupación del espacio público.

6. Sobre los muros, de cerramiento de lotes sin desarrollo, excepto las expresiones artísticas como pinturas o murales que podrán ser fijadas en estos sitios, así como en las culatas de los edificios previa autorización del administrador y el cumplimiento de las normas establecidas para tal fin. Si se realiza en cerramientos de lotes con desarrollo, esta publicidad deberá seguir los porcentajes autorizados en este Acuerdo. Podrá colocarse publicidad exterior visual, previa autorización y reglamentación de la autoridad municipal competente en los muros de cerramiento sin desarrollo.

7. Sobre infraestructuras, tales como postes de apoyo a las redes eléctricas y telefónicas, puentes, torres eléctricas y estructuras de servicios públicos.

8. En los pavimentos de las calzadas o aceras, en bordillos y en los terrenos adquiridos o cedidos para vías o espacios públicos, así como tampoco en elementos sustentados o apoyados en árboles, farolas, semáforos y otras instalaciones de servicio público, salvo para actividades de carácter cultural, deportivo o institucional previa autorización de la Secretaría del Interior, o de los avisos publicitarios instalados en los paraderos de los vehículos de transporte público, casetas de venta para periódicos y revistas, paneles publicitarios, previa aprobación de la licencia de intervención y ocupación del espacio público concedida por la secretaria de planeación.

9. En lugares en los que su colocación obstaculice o ponga en peligro el tránsito peatonal o comprometa el tránsito vehicular, y en aquellos sitios donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial informativa y de la nomenclatura urbana, aun cuando sean removibles, sin embargo podrá colocarse publicidad exterior visual previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la normatividad vigente en los elementos del amueblamiento urbano, de acuerdo con la reglamentación que se establezca en el Manual para el diseño y construcción del espacio público de Bucaramanga (MEPB) o el documento o el documento que lo modifique, adicione o sustituya, siempre que cuenten con la debida autorización de la autoridad competente.

10. En los establecimientos comerciales que no cuenten con el Registro de Industria y Comercio del Municipio de Bucaramanga, o no estén al día con el pago de impuestos de Industria y Comercio y Predial unificado; multas o sanciones inherentes a la Publicidad Exterior Visual del inmueble donde se vaya a colocar dicha publicidad.

TÍTULO III

ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL Y CONDICIONES PARA SU INSTALACIÓN

CAPITULO I

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN MOBILIARIO URBANO

ARTÍCULO 10º. Elementos. Para los efectos del presente Acuerdo, se entiende por mobiliario urbano el conjunto de elementos colocados en el espacio público, a instancias de la



Handwritten signatures and initials: 1800, J, H, A

administración, para el servicio, uso y disfrute del público, y que hacen parte del medio ambiente urbano y del espacio público de la ciudad.

ARTÍCULO 11°. Determinación de los elementos de mobiliario urbano donde se puede ubicar publicidad exterior visual. De conformidad con el literal a) del artículo 3° de la Ley 140 de 1994, podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en los elementos de mobiliario urbano, en las condiciones que determine la licencia de intervención y ocupación del espacio público concedida para tal fin. Para el efecto los elementos aprobados como mobiliario urbano son aquellos contenidos en el manual para el diseño y construcción del espacio público.

ARTÍCULO 12°. Contenido de la Publicidad Exterior Visual ubicada en mobiliario urbano. La publicidad que se instale en elementos de mobiliario urbano deberá cumplir con las normas que sobre Publicidad Exterior Visual rijan en el municipio y las establecidas en el Acuerdo 011 de 2014 (POT) o la norma que lo adicione; modifique o sustituya.

TÍTULO IV TIPOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

CAPÍTULO I PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL ESTÁTICA

ARTÍCULO 13°. PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL ESTÁTICA. Es aquella publicidad exterior que se exhibe en instalaciones fijas y puede adoptar las siguientes modalidades:

1. Aviso de identificación establecimientos de comercio, industriales, de servicio y dotacionales.
2. Avisos de identificación Proyectos Inmobiliario y Cerramientos.
3. Aviso tipo colombina
4. Pasacalle
5. Pendón o Pancarta
6. Carteles y/o afiches
7. Los paneles publicitarios que sean parte integral del mobiliario urbano.
8. Murales
9. Pinturas Artísticas
10. Vallas
11. Elementos inflables anclados
12. Tableros electrónicos
13. Pantallas Leds.

SECCIÓN I

AVISOS DE IDENTIFICACIÓN ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIO

ARTÍCULO 14°. AVISO DE IDENTIFICACION. 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.

Parágrafo 1°. No serán considerados como avisos aquellos elementos destinados a señalar el ingreso y salida de los establecimientos, la información de precios y los horarios de atención al público.

088

19 010 20

Parágrafo 2°: Cuando el aviso de identificación pertenezca a las entidades oficiales del orden Municipal, Departamental o Nacional, que tengan sede en el Municipio, se denominará Aviso de Identificación Institucional.

Parágrafo 3°: Cuando el aviso de identificación se utilice para promocionar un proyecto urbanístico y/o de construcción debidamente licenciado, se denominará Aviso de Identificación de Proyecto Inmobiliario.

ARTÍCULO 15°. UBICACIÓN Y CONDICIONES DE LOS AVISOS DE IDENTIFICACIÓN. Además de las condiciones generales previstas en el artículo 5° y de los lugares señalados en el artículo 6°, la colocación de avisos de identificación, deberá sujetarse a las siguientes reglas:

1. Solo se permite un aviso de identificación por establecimiento comercial o proyecto inmobiliario, salvo que el inmueble contenga dos (2) o más fachadas, caso en el cual, se podrá autorizar un aviso por cada una de ellas. Lo anterior sin perjuicio de aquellos establecimientos que puedan dividir su aviso según las reglas contenidas en este Acuerdo. Cuando en la misma edificación existan varios establecimientos de comercio con fachadas hacia la vía pública, cada uno de ellos podrá anunciar en su respectiva fachada, observando los requisitos definidos en el presente Acuerdo. Estos avisos no deben estar adosados a los marcos sobre ventanales y deben estar siempre anclados sobre muros salvo que la fachada sea en vidrio, caso en el cual se adosará sobre este.

2. Los avisos de identificación de los establecimientos de comercio o proyecto inmobiliario no podrán exceder el 30% del área de fachada del respectivo establecimiento. En el evento que el tamaño del aviso sea superior a 8 metros cuadrados debido a la proporción del área de la fachada del predio, deberá solicitarse y obtenerse el concepto técnico ambiental, previo y favorable expedido por Secretaría de Salud y Ambiente y el concepto técnico de ubicación y localización expedido por la Secretaria de Planeación, y el respectivo permiso emanado de la Secretaría del Interior Municipal. Igualmente, el metraje del aviso que supere los 8 metros cuadrados, será objeto de cobro del impuesto publicitario, señalado en el Acuerdo 043 de 1995, o la norma que lo modifique, complemente o sustituya.

3. Los avisos de identificación de proyecto inmobiliario adosados a la fachada no podrán exceder de veintidós (22m²); pero si el cerramiento se encuentra sin desarrollo la publicidad instalada no podrá superar el 70% de cada cerramiento, solo podrán utilizarse por el término de la Licencia de Construcción y deberán instalarse en el lote donde se desarrollará el proyecto en la línea de paramento de construcción, o adosado a la fachada del predio donde se vaya a desarrollar el proyecto y serán objeto de cobro del impuesto de publicidad exterior visual de que trata el Acuerdo Municipal No. 043 de 1995, o la norma que lo modifique, complemente o sustituya. La publicidad para venta de proyectos de vivienda privada se debe considerar como publicidad exterior visual por lo que debe solicitar el respectivo permiso. El máximo permitido en cada obra es de dos (2) elementos tipo valla con diferentes visuales.

4. Todo proyecto inmobiliario que contemple la construcción de locales comerciales deberá prever y demarcar el área donde será fijado el aviso de identificación del establecimiento de comercio conforme a lo preceptuado en el numeral 2° del Artículo 9°.

5. En los inmuebles donde operen redes de cajeros automáticos, estos podrán contar con sus respectivos avisos de identificación, independientemente de los avisos que corresponden a los establecimientos de comercio que se encuentren ubicados en dichos inmuebles. En todo caso estos avisos no podrán ocupar más del 30% del área del respectivo cajero.

6. Cuando en una misma edificación se desarrollen diferentes actividades al interior y solo cuenten con una fachada hacia el espacio público y se pretenda fijar los nombres de los establecimientos o las marcas que se ofrecen al público, la fijación de los avisos de identificación de los establecimientos de comercio, se anunciarán dentro de un mismo contexto o marco en forma de mosaico, el cual no podrá superar el 30% del área y solo permitirá un solo aviso incluido el nombre del centro comercial o edificio, en todo caso se deberá obtener el concepto técnico del impacto ambiental y el concepto técnico de localización, medidas y distancia y la autorización escrita del administrador de la propiedad horizontal, y de superar los 8m² deberán cancelar el impuesto señalado en Acuerdo 043 y Decreto 905 de 1995 y deberá

Handwritten signatures and initials: 180, MA, 21, P, 44.

cumplir con los requerimientos del presente Acuerdo. Siempre en cuando se encuentre regulado en el reglamento de la propiedad horizontal.

7. Los establecimientos comerciales, industriales y de servicio sin fachada o paramento, como: estaciones para el expendio de combustible, los centros de servicio automotriz, parqueaderos y otros establecimientos de características similares sin cerramiento o paramento definido podrán colocar dentro del perímetro del predio, un aviso de identificación tipo colombina independiente del aviso de identificación interno adosado en fachada, salvo que el inmueble contenga dos (2) o más perfiles viales, caso en el cual se podrá autorizar un aviso tipo colombina por cada perfil y siempre y cuando se ubiquen en la línea de paramento del predio y no se ubique en zonas de protección ambiental, zonas de cesión, zonas verdes, andenes, antejardines, calzadas de vías, rellenos, u otros lugares prohibidos en este Acuerdo. En este caso, la altura máxima permitida será de diez (10) metros contados desde el nivel del piso hasta el punto más alto y su área no podrá ser superior a doce (12) metros cuadrados y no podrá exceder los límites de los paramentos del inmueble.

8. Cuando las características del edificio no permitan la colocación del aviso de identificación en la fachada del primer piso del establecimiento de comercio, se autorizará su colocación en el antepecho del segundo piso, siempre y cuando se cuente con el permiso del propietario del inmueble.

9. Los avisos de identificación de los establecimientos comerciales indicarán el nombre del establecimiento de comercio. El anuncio de los productos que se ofrecen o las marcas que se representan deberán quedar dentro del mismo marco de aviso y no podrá superar el treinta por ciento (30%) del área del respectivo aviso.

10. Los avisos de arrendamiento, alquiler de vivienda, venta inmuebles, próximamente, lotes u otros bienes raíces fijados por inmobiliarias, constructoras y particulares no requerirán de permiso para su fijación, en todo caso no podrán exceder los cuatro (4) metros cuadrados y solo se permitirá un aviso por fachada.

11. Los avisos comerciales ubicados en zonas de interés histórico solo podrán elaborarse en madera, acero inoxidable, aluminio, hierro, bronce, porcelana, piedra de canteras, acrílicos u otros elementos resistentes a la intemperie.

12. En el contenido del aviso de identificación se permite cualquier tipo de diseño para las letras armónico con el sector. Cada letra o nombre deberá sujetarse directamente al muro de la fachada o base de apoyo.

13. Los avisos identificación institucionales deberán ser elaborados en las mismas características y normas de los avisos de identificación de los establecimientos comerciales y pueden ser grabados sobre la fachada.

14. En desarrollo de las normas previstas en el Capítulo XI de la Ley 388 de 1997, el titular de cualquiera de las licencias de construcción, estará obligado a cumplir con lo dispuesto en el Decreto Nacional No. 1469 de 2010, o la norma que lo modifique, adicione o sustituya, se permite instalar un aviso en lugar visible desde la vía pública y dentro del paramento del predio un aviso con un tamaño máximo de dos (2) metros cuadrados la cual deberá indicar la clase, numero de la licencia, autoridad que la expidió, dirección del inmueble, vigencia de la licencia, nombre o razón social del titular, descripción del tipo de obra que se adelanta, haciendo énfasis al uso usos autorizados, área de construcción , altura total de la edificación, numero de estacionamientos número de unidades habitacionales comerciales o de otros usos. La instalación de este tipo de avisos es carácter obligatorio y no requiere de permiso y no genera cobro de impuestos.

ARTÍCULO 16°. PROHIBICIONES EN LA INSTALACIÓN DE AVISOS. Está prohibido colocar avisos bajo las siguientes condiciones:

1. Volados o salientes de la fachada, con excepción de lo previsto para los avisos separados de fachada. Se entiende por aviso volado el que se sujeta a elementos adicionales de la fachada y queda suspendido de esta y saliente, aquel que no se encuentra totalmente adosado a la misma. En todo caso, los avisos no podrán tener un ancho hacia el frente de más de 40 cm.



Handwritten signatures and initials: 18a, A, J, H, P

2. Los que sean elaborados con pintura o materiales reflectivos.
3. Los pintados, impresos, adheridos o incorporados en cualquier forma a las ventanas o puertas de la edificación. Se excluye de esta prohibición las cintas de seguridad que deben instalarse en las fachadas de vidrio de los establecimientos, salvo que se trate de publicidad de carácter transitoria como pancartas o pendones, caso en el cual se debe obtener el correspondiente permiso.
4. En la cubierta de los inmuebles.
5. En las culatas de los inmuebles.
6. Los adosados o suspendidos en antepechos superiores al segundo piso.
7. Los avisos con iluminación intermitente en zonas residenciales.

Parágrafo 1: Si bien no se pueden instalar elementos sobre puertas y ventanas, los establecimientos podrán utilizar las vitrinas con publicidad, siempre que estas se encuentren como fondo tras la vidriera y a una distancia que no puede ser inferior a 40 cm.

Parágrafo 2. Las características de los avisos que se autorice instalar en las zonas de interes histórico y en las áreas o predios con tratamiento de conservación de la ciudad, deberán cumplir la reglamentación que sobre el particular expida la autoridad competente en un término máximo de 6 meses contados a partir de la entrada en vigencia de este Acuerdo.

Parágrafo 3. Los avisos que se coloquen en el espacio público, en los casos que sea permitido por la autoridad competente deberán cumplir con la reglamentación que se establezca en el Manual para el diseño y construcción del espacio público de Bucaramanga o el documento que haga sus veces, y deberán conservar la moral y las buenas costumbres sin presentar publicidad de tabaco y sus derivados o bebidas alcohólicas.

ARTICULO 17 °. DIVISIBILIDAD DEL AVISO: La divisibilidad de los avisos contemplada en el artículo 15 numeral 1 del presente Acuerdo, se podrá realizar conforme a las siguientes reglas:

Área de la fachada y número de partes o avisos permitidos

AREA DE LA FACHADA PARA INSTALAR AVISS	AREA MAXIMA DEL TOTAL DE AVISO	NÚMERO MAXIMO DE FRACCIONAR POR AVISO
De 0 a 200 mt ²	De 0 a 60 mt ²	1
De 201 a 400 mt ²	De 60 a 120 mt ²	2
De 401 a 600 mt ²	De 120 a 180 mt ²	3
De 601 a 900 mt ²	De 180 a 270 mt ²	4
De 901 a 1200 mt ²	De 270 a 360 mt ²	5
De 1201 a 1500 mt ²	De 360 a 450 mt ²	6
De 1501 a 2000 mt ²	De 450 a 600 mt ²	7
De 2001 a 2500 mt ²	De 600 a 750 mt ²	8
De 2501 a 3000 mt ²	De 750 a 900 mt ²	9
De 3001 a 3500 mt ²	De 900 a 1050 mt ²	10
De 3501 a 4000 mt ²	De 1050 a 1200 mt ²	11
De 4001 a 5000 mt ²	De 1200 a 1500 mt ²	12
más de 5000 mt ²	Más de 1500 mt ²	13

Se entenderá que existe un solo aviso cuando sobre la fachada del establecimiento se produzca una sola afectación visual, lo cual ocurre cuando los anuncios, aunque no estén materialmente unidos pudiendo estarlo, se sucedan en el mismo sentido vertical u horizontal, de tal manera que en caso de unirse el área resultante no exceda el porcentaje del treinta por ciento (30%) del área de la fachada respectiva.

La sumatoria de las áreas de los avisos individuales de que trata la tabla anterior, no podrá exceder el treinta por ciento (30%) del área de la fachada hábil acorde con su perfil vial para instalar avisos del respectivo establecimiento. Este treinta por ciento (30%) se calculará, sobre el área en que se pueden instalar avisos; que para centros comerciales y grandes superficies comerciales con más de seis mil metros cuadrados (6,000M²) de área de ventas, comprende la que se encuentre por debajo de la cubierta; en los demás casos el área hábil es la que se encuentre por debajo del nivel del antepecho del segundo piso.

ARTÍCULO 18°. CERRAMIENTOS Entiéndase por cerramiento para los efectos de este Acuerdo, aquellos que se realizan temporalmente mientras se ejecutan las obras aprobadas en la respectiva licencia de construcción y/o en muros de cerramiento sin desarrollo.

Parágrafo 1°: La publicidad exterior visual en cerramientos temporales durante la ejecución de las obras y/o en muros de cerramiento sin desarrollo deberá cumplir con las condiciones definidas en el acuerdo 011 de 2014 (POT) art. 270,271 y272 para la construcción del cerramiento, y adicionalmente con las siguientes:

- a) Cada panel con publicidad exterior visual adosado al cerramiento o dentro de este, no podrá tener un área superior a 15 mts cuadrados.
- b) Junto con la solicitud de registro para la instalación de publicidad exterior visual tanto en cerramientos temporales como en cerramientos sin desarrollo se deberá presentar una propuesta que contenga un aporte institucional como aprovechamiento económico de espacio público, la cual estará fundamentada en la directriz e información que al respecto suministrará la Secretaria de Planeación
- c) Por cada cinco (5) espacios (paneles) instalados con publicidad Exterior visual se cederá gratuitamente uno (1) para uso de mensajes alusivos a campañas municipales o institucionales.
- d) No podrá instalarse publicidad exterior visual en muros de cerramiento sin desarrollo sin el consentimiento del propietario, tenedor o poseedor.
- e) Si en una misma cuadra existiere más de dos (2) cerramientos de obra, la publicidad instalada no podrá ser superior al 70% del total de cada cerramiento.
- f) En caso de que en una cuadra exista un cerramiento enfrente de otro, únicamente podrá instalarse publicidad en uno de ellos.

Parágrafo 2°. La publicidad exterior visual prevista en este artículo deberá cumplir además de los requisitos establecidos en la Ley 140 de 1994 contar con el visto bueno de la autoridad ambiental correspondiente.

Parágrafo 3°. Sin excepción la publicidad exterior visual permitida en los cerramientos temporales o en cerramientos sin desarrollo deberá contar con el registro de la Secretaría de Gobierno Municipal, contando con los conceptos técnicos emitidos por la secretaria de Planeación y la Secretaría de Salud y del Ambiente.

Parágrafo 4°. Al momento de la solicitud del registro se debe contar con la licencia de construcción de cerramiento otorgada por la curaduría urbana. De igual forma si al momento de instalar la publicidad exterior visual se deben realizar modificaciones al cerramiento existente, se debe presentar la licencia de modificación de ese cerramiento.

SECCIÓN II

PASACALLES, PENDONES Y/O PANCARTAS

ARTÍCULO 19. PASACALLES, PENDONES Y/O PANCARTAS. Se entiende por pasacalles, pendones y/o pancartas, los elementos publicitarios que tienen como finalidad anunciar de



1800
A
17-9

manera ocasional o temporal una actividad o evento de carácter promocional, comercial, cultural, cívico, deportivo, recreativo, artístico e institucional, y de interés ciudadano.

ARTÍCULO 20°. CARACTERÍSTICAS DE LOS PASACALLES, PENDONES Y/O PANCARTAS. Los pasacalles, pendones y/o pancartas se identificarán por las siguientes características:

1. Los pasacalles deberán ser elaborados en telas o materiales similares y perforados de tal forma que permitan la libre circulación del aire y su tamaño no podrá superar los 4.5 m² y solo se permitirá la instalación de seis (6) unidades por empresa o persona natural.
2. Los pendones y pancartas deberán ser elaborados en tela o fibra para exteriores que estará soportada en su parte superior e inferior a una reglilla y su tamaño oscilará entre 2m² a 12 m².
3. Los pasacalles que tengan por objeto publicitar mensajes comerciales, promocionales o de eventos, deberán dejar un veinticinco por ciento (25%) de su área total para campañas educativas e institucionales.
4. Para el caso de fijación de pasacalles promocionales de proyectos inmobiliarios deberá cumplir entre pasacalle de la misma obra una distancia de 80 mts. Y no podrá exceder la zona de influencia del proyecto de 500 mts, en los otros casos la distancia será 100 mts.
5. En los pasacalles que contengan campañas de carácter institucional, cultural, deportivo y político, el porcentaje del patrocinador no podrá exceder el veinticinco (25%) de su tamaño.
6. Será de obligatorio cumplimiento incluir en la parte posterior de los pasacalles, la identificación del propietario, dirección, teléfono y/o responsable del elemento y número de registro o autorización, en el evento que se verifique que el elemento publicitario no cuenta con este requerimiento de identificación, el mismo podrá ser desmontado de manera inmediata por las autoridades competentes.

ARTÍCULO 21°. UBICACIÓN DE PASACALLES, PENDONES Y/O PANCARTAS. La ubicación de pasacalles y pendones y/o pancartas, estará sujeta además de las prohibiciones generales previstas en el artículo 6° del presente Acuerdo, a las siguientes reglas especiales:

1. Solo se permitirá la instalación de pasacalles en las estructuras que para tal fin instale la Administración Municipal o en puntos autorizados a través de la Secretaría del Interior. El máximo de pasacalles por estructura es de tres (3) unidades y en puntos autorizados excepcionalmente una (1) unidad. Una vez fijadas las estructuras para este fin no se podrá autorizar la instalación de pasacalles comerciales en los postes del alumbrado público.
2. Los pendones y/o pancartas, sólo se podrán instalarse en las fachadas de los edificios exclusivamente comerciales, por motivo de ventas promocionales y comerciales, por un período no superior a ciento veinte (120) días calendario en el transcurso de un año, que podrán distribuirse en periodos máximos de hasta quince (15) días, y que sumados completen el tope máximo permitido en días. En las fachadas de los edificios públicos, sólo se podrán instalar por motivo de exposiciones de carácter excepcional y por un periodo no superior a treinta (30) días calendario por mes.
3. Solo se permitirá la instalación de un pendón y/o pancarta por fachada.

Parágrafo. Los pendones y pasacalles que incumplan de manera ostensible las normas vigentes sobre Publicidad Exterior Visual serán retirados por la Secretaría de Salud y Medio Ambiente, sin que deba mediar requerimiento previo al responsable del elemento, quien se hará acreedor a las sanciones correspondientes y deberá asumir el costo del desmonte realizado por la autoridad.

ARTÍCULO 22°. PROCEDIMIENTO PARA LA INSTALACIÓN DE PASACALLES. Los interesados en publicitar mediante pasacalles promocionales y comerciales, deberán radicar la solicitud del permiso con quince (15) días de anterioridad a la fecha de instalación del elemento, y solo podrán instalarse una vez otorgado el correspondiente permiso por la Secretaria del Interior. Asimismo la instalación deberá llevarse por un periodo de doce (12) días y ser retirados dentro de las veinticuatro (24) horas siguientes al vencimiento del permiso. Solo se autorizarán

(6) seis pasacalles por persona natural, empresa u organizador del evento y los mismos no serán prorrogables dentro del mismo mes.

ARTÍCULO 23°. Prohibiciones. Respecto de pendones y pasacalles, se establecen las siguientes prohibiciones:

1. Se prohíbe ubicarlos en espacio público, esto implica que no pueden sujetarse a elementos de espacio público tales como cabinas telefónicas, botes de basura, bancas, módulos.
2. Se prohíbe que sean sostenidos, usados o portados por personas que se ubiquen o transiten por el espacio público.
3. Queda prohibido instalarlos sujetos a árboles, arbustos y demás especies vivas.
4. Está prohibido colocarlos sobre la infraestructura, tales como postes de apoyo a las redes eléctricas y de telecomunicaciones, puentes, torres eléctricas o cualquier otra estructura, salvo que estén expresamente autorizados para el efecto, por su propietario.
5. Se prohíbe que anuncien información diferente a una actividad o evento de carácter cultural, cívico, artístico, educativo, deportivo e inmobiliario. No podrá hacer alusión a publicidad comercial, marca, producto o servicio alguno, a excepción de la razón social relativa al patrocinador del evento, que sólo podrá ocupar un 30% del área total del elemento.

SECCIÓN III

CARTELERAS Y AFICHES O CARTEL

ARTÍCULO 24°. CARTELES Y CARTELERAS: Se entiende por carteleras las estructuras ubicadas en las vías de uso público en las cuales se podrán fijar afiches o carteles, previa autorización de la Secretaría del Interior y del pago del impuesto correspondiente

Parágrafo 1°. La administración municipal implementará la adecuación y construcción de las carteleras donde se podrán fijar los afiches, están tendrán una dimensión de hasta 8 mts².

Parágrafo 2°: Queda prohibido en el Municipio de Bucaramanga la fijación de Afiches en el amoblamiento Urbano de la Ciudad, entendido este como: tales como: cabinas telefónicas, cajas telefónicas, postes de redes, buzones de correo, señales de tránsito, semáforos, paraderos de buses, bancos, asientos, materas, objetos decorativos, monumentos, esculturas, casetas de expendio de alimentos o revistas, canecas, objetos recolectores de basuras, hidrantes, barandas, pasamanos, cerramientos, puentes peatonales o vehiculares incluyendo sus bases o columnas, fachadas, muros de contención, infraestructura de servicios públicos y otros elementos similares, considerados como parte del mobiliario u amoblamiento urbano de la ciudad.

El Manual para el Diseño y Construcción del Espacio Público en Bucaramanga, determinará en cuales de sus componentes se podrá colocar publicidad exterior visual y las condiciones de forma, dimensiones, posición y ubicación, entre otras, en las cuales se desarrollará esta actividad. En cuanto al tipo de publicidad, tiempo durante el cual podrá realizarse, y el procedimiento para acceder a ella o su desarrollo, se someterá a las reglamentaciones del presente Acuerdo. En todo caso el manual deberá propender por la conservación de los porcentajes establecidos en el presente Acuerdo en relación con la prevalencia de la información institucional sobre la comercial.

Parágrafo 3°: La Secretaría de Planeación Municipal reglamentará de acuerdo al POT de la ciudad de Bucaramanga y demás normas complementarias, los sitios para la instalación de publicidad de acuerdo al área y al tipo de publicidad utilizada.

ARTIUCULO 25°. AFICHE. El afiche es un escrito, imagen, fotografía o dibujo hecho sobre una lámina de papel, que se podrá instalar única y exclusivamente en los lugares autorizados



legalmente por la Administración Municipal, cuyo único fin será el de informar de la realización de una actividad o evento de carácter cultural, cívico, recreativo, artístico, educativo o deportivo.

Parágrafo. Los afiches o carteles no podrán incluir publicidad ni evocar marca, producto o servicio alguno.

ARTÍCULO 26°: Los afiches o carteles única y exclusivamente podrán ubicarse en las carteleras locales, previa autorización de la Secretaria del interior y de acuerdo con lo dispuesto por la Administración Municipal.

ARTÍCULO 27°. Prohibiciones. Está prohibido colocar afiches o carteles en los siguientes lugares:

1. En la propiedad privada, salvo que se trate de afiches de carácter político en época electoral.
2. Pegados a elementos de mobiliario urbano, distintos de las carteleras.
3. Adheridos o instalados en postes o elementos de la infraestructura de servicios públicos.
4. En los lugares y áreas descritos en las prohibiciones generales del presente Acuerdo.

Parágrafo. Sólo se podrán fijar carteles o afiches en las carteleras locales. Quienes en perjuicio de lo aquí establecido fijen carteles o afiches en otros sitios, serán sancionados de conformidad con lo previsto en la Ley 140 de 1994 y el presente acuerdo.

ECCIÓN IV

MURALES

ARTICULO 28° MURALES. Se consideran pinturas o murales artísticos las que con carácter decorativo y con motivos artísticos, culturales, se pintan directamente sobre los muros de las culatas de las edificaciones, muros de cerramiento y muros de contención. No obstante lo anterior, podrán incluir el nombre o empresa patrocinadora, siempre y cuando éstos no ocupen más del 20% de su tamaño. Igualmente, requerirán del correspondiente concepto de impacto ambiental y ecológico, emitido por la Secretaría de Salud y de Ambiente y del registro por parte la Secretaría del Interior Municipal, y deberán cumplir con lo definido en el acuerdo 011 de 2014 en su artículo 282.

Parágrafo. Los motivos de los murales artísticos no se pueden repetir en murales diferentes.

ARTÍCULO 29°. PROCEDIMIENTO PARA LA LEGALIZACION DE MURALES. Los interesados en pintar murales artísticos, deberán obtener previamente la licencia de intervención y ocupación del espacio público expedida por la Secretaria de planeación.

SECCIÓN V

VALLAS

ARTÍCULO 30°. VALLAS. Se entiende por valla, todo anuncio permanente o temporal utilizado como medio masivo de comunicación, que permita difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos, culturales, políticos, institucionales, artísticos, deportivos, informativos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, montados sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos e integrado física, ambiental, visual, arquitectónica, urbanística y estructuralmente al elemento que lo soporta, susceptible de contener en su interior elementos planos que hagan posible la

Handwritten signatures and initials: "13", "A", "J-P", and "44".

exhibición de mensajes de contenido fijo o variable. Se puede permitir sobre esa área plana incluir troqueles, termo formados, pantallas Led. Estos se podrán fijar a esta área plana sin exceder el área permitida de 48 metros cuadrados. Se permite la instalación de elementos con volumen sobre la misma que no supere los de 80cms.

ARTICULO 31º. VALLAS INSTITUCIONALES. Se entiende por vallas institucionales, las que tienen por objeto comunicar actividades de los organismos del Estado en forma preventiva, reglamentaria o direccional sobre servicios públicos, sistemas de seguridad o transporte, construcción y reparación de obras y vías programadas de recreación, turismo, medio ambiente, cultural, salud e higiene o comportamientos cívicos. Su área máxima será de cuarenta y ocho (48) metros cuadrados y para la misma se podrá utilizar pintura o materiales reflectivos. No requerirá para su instalación del registro de que trata el título III, pero deberá si del permiso otorgado previamente por la Secretaría de Interior Municipal.

ARTÍCULO 32º. CONDICIONES PARA LA INSTALACIÓN DE VALLAS COMERCIALES. Además de las condiciones generales previstas en el artículo 7º del presente Acuerdo, la colocación de las vallas deberá sujetarse a las siguientes reglas y/o condiciones:

1. Su instalación sólo podrá realizarse luego de obtenido el correspondiente registro y/o permiso de vallas de que trata el presente Acuerdo.
2. Cuando la valla se realice en estructura tubular, su dimensión no podrá sobrepasar los cuarenta y ocho (48) metros cuadrados y su altura máxima los veinticuatro (24) metros. No podrá ser instalada fuera de la línea de paramento y ninguno de sus vértices podrá sobresalir sobre el mismo, ni sobre inmuebles vecinos.
3. Cuando la valla se realice en estructura convencional su dimensión no podrá sobrepasar los cuarenta y ocho (48) metros cuadrados y su altura máxima los diez (10) metros.
4. Las vallas podrán estar iluminadas interior o exteriormente, siempre y cuando no afecten residencias ni generen servidumbres de luz.
5. En toda valla instalada, cuya publicidad por mandato de ley, requiera un mensaje específico referente a salud, medio ambiente, cultura y/o cívico, el mismo no podrá ser superior al 10% del área total de la valla para la fijación de estos elementos.
6. Toda valla deberá incluir en la parte inferior del elemento que colinda con el perfil vial, el texto que identifique en forma visible el número de registro, nombre del propietario y teléfono de contacto.
7. En ningún caso se permitirá la instalación de vallas publicitarias en espacio público, excepto las vallas institucionales de que trata el artículo 31º del presente Acuerdo
8. Las vallas tubulares y convencionales a instalarse en el Municipio de Bucaramanga tendrán como medidas reglamentarias un área mínima de 23 m2 y un tope máximo hasta de 48 m2, a excepción de las pantallas LED cuya altura oscile entre 0 a 6 metros medidos desde el nivel del suelo. En este caso se permitirá la instalación de una pantalla de doce (12) metros cuadrados.

ARTÍCULO 33º. LUGARES DE UBICACIÓN DE LAS VALLAS COMERCIALES. Para la autorización, legalización, instalación y ubicación de vallas comerciales en el municipio de Bucaramanga, se autorizan las siguientes vías clasificadas en el Plan de Ordenamiento Territorial como vías arterias primarias y vías arterias secundarias, cuya característica principal con la que debe contar el perfil vial en su composición, es: poseer dos calzadas cada una de dos carriles y separador central, tales como:

VIAS ARTERIAS PRIMARIAS
1. Anillo Vial Metropolitano Palenque- Centroabastos — Cafe Madrid.
2. Autopista Bucaramanga - Floridablanca intercambiador Puerta del Sol - puente de Provenza.
3. Autopista Bucaramanga — Girón — Palenque.
4. Carrera 15 — Diagonal 15.

5. Vía la Virgen — la Cemento.
6. Carrera 27.
7. Avenida Quebrada Seca desde la Carrera 27 hasta el K3+400 (Doble calzada a Cucuta).
8. Boulevard Bolivar.
9. Vía Kennedy - Cafe Madrid
10. Calle 36
11. Avenida González Valencia
12. Avenida La Rosita
13. Carrera 17 Entre Calles 50 a 56

VIAS ARTERIAS SECUNDARIAS	
1. Calle 14 entre las carreras 30 y 33.	
2. Calle 45 entre la Av. González Valencia- vía Palenque - Café Madrid.	
3. Calle 56 desde la carrera 33 hasta la carrera 17 y calle 57 desde la carrera 17 hasta la Avenida los Samanes.	
4. Transversal Metropolitana desde la calle 65 en la Ciudadela Real de Minas, pasando por el puente el Bueno y la carrera 15, hasta la calle 105 en Provenza.	
5. Transversal Oriental.	
6. Carretera antigua a Floridablanca.	
7. Carrera 27 desde la Avenida Quebrada Seca hasta la calle 10	
8. Carrera 9 entre la Avenida Quebrada Seca y el viaducto la novena.	
9. Avenida Quebrada Seca desde la Carrera 9 hasta la Carrera 27	

1. Cuando se trate de estructura tubular, su instalación solo se hará en patios, lotes, se prohíbe la instalación atravesando placas rígidas (planchas en concreto), ante jardines, zonas verdes o espacio público.

Parágrafo Especial. Los elementos de publicidad- vallas tubulares que a la fecha cuenten con el respectivo registro y permiso emitido por la secretaria del interior, pero que se evidencien atravesen placas rígidas, la Secretaria de Salud y Ambiente ejecutará Inspección ocular durante los tres meses siguientes a la promulgación de este Acuerdo al predio en el cual se encuentra instalado el elemento de publicidad, a fin de emitir concepto técnico de aislamiento por riesgo a la salud pública.

Una vez emitido el nuevo concepto técnico, el propietario del elemento de publicidad- valla tipo tubular, deberá ejecutar las acciones correctivas requeridas por la Secretaria de Salud y Ambiente, caso contrario, la desobediencia a dicho requerimiento, será causal para la no renovación ni prórroga del permiso y registro de publicidad exterior visual.

2. En terrazas, cubiertas y culatas de inmuebles construidos, siempre y cuando su tamaño no supere los costados laterales de dichos inmuebles y el tope máximo de 48m². En patios internos de las edificaciones y lotes sin edificar, siempre y cuando el área no esté cubierta por placa de concreto.

3. Las vallas convencionales se podrán instalar en las terrazas, culatas o cubiertas de edificaciones cuya altura máxima será de diez metros y no podrá sobrepasar los cinco (5) pisos construidos, siempre y cuando su tamaño no supere los costados laterales de dichos inmuebles o los respectivos paramentos.

4. La distancia entre elementos de publicidad visual exterior tipo Valla, será de ciento sesenta (160) metros, los cuales serán medidos en el mismo sentido y costado vehicular. Para todos los

efectos, se considera que está en un mismo sentido visual, cuando el ángulo interno de las dos caras de medición superen los 90°. Además, cuando las vallas se instalen en predios donde converjan varias vías arterias por cada uno de sus costados, la distancia entre cada una de las vallas a ubicar será de 80 metros radiales tomados desde el mástil. Para el caso de la zona rural de 250 metros entre valla y valla. Para el caso de las vallas convencionales ubicadas en terrazas y culatas la medida se tomará desde la cercha más saliente a la vía.

5. Solo se permite la instalación de dos caras por estructura, en ningún caso podrán instalarse más y estas dos caras deberán ser contrapuestas con un ángulo de apertura máximo de 45°

6. Sólo se podrán instalar vallas comerciales en aquellos predios ubicados sobre las vías permitidas o autorizadas, o que colinden con las mismas y la afectación del elemento de publicidad este dirigida a la vía arteria autorizada.

ARTÍCULO 34°. REQUISITOS A TENER EN CUENTA PARA LA EXPEDICIÓN DE PERMISOS PARA VALLAS COMERCIALES. Para la adjudicación de los permisos de vallas comerciales se deberá tener en cuenta como mínimo lo siguiente:

1. El objeto social de la persona natural o jurídica debe estar orientado a la actividad de instalación y comercialización de publicidad exterior visual, y/o al diseño, manufactura, instalación, construcción, mantenimiento, remodelación, reparación, conservación y explotación de publicidad exterior visual de toda clase.

2. El interesado en instalar y legalizar vallas convencionales y tubulares comerciales en el Municipio de Bucaramanga, anticipadamente deberá contar con el respectivo permiso y registro expedido por la Secretaria del Interior y por ningún motivo se otorgara registro si la valla ha sido instalada previamente, caso en el cual se informara al interesado del hecho y se oficiara a la Inspección de Salud y Aseo para el inicio del procedimiento administrativo que ordene su desmonte y aplicación de sanciones de Ley.

3. El permiso será otorgado por un período de Dos (2) años. Y la liquidación del impuesto se hará anual, conforme lo previsto en el Acuerdo 043 de 1995.

4. El titular de un registro vigente, podrá ceder los derechos y obligaciones emanados, para lo cual deberá dar aviso a la Secretaria del Interior Municipal, aportando copia del documento privado de cesión que deberá incluir la aceptación de cedente y cesionario, así como la asunción de las obligaciones respectivas del elemento en cesión de lo cual la Secretaria deberá proferir el respectivo acto administrativo que así lo autorice. El titular del registro vigente deberá comunicar a la Secretaría del Interior, el cambio de razón social si lo hubiere, de lo cual deberá proferirse el acto administrativo correspondiente y efectuar la respectiva actualización de pólizas.

5. Las personas naturales o jurídicas a quienes les sean adjudicados los permisos de vallas, deberán cancelar anticipadamente los impuestos correspondientes de que trata el Acuerdo Municipal No. 043 de 1995 o la norma que lo modifique o sustituya.

6. Las personas naturales o jurídicas a quienes les sean adjudicados permisos de vallas, deberán suscribir a favor del Municipio de Bucaramanga Secretaría del Interior Municipal, por cada valla, una garantía que ampare el cumplimiento de las obligaciones adquiridas por el beneficiario, incluida la del desmonte de las vallas, por un valor equivalente a 20 smlmv por un término de vigencia igual al de la vigencia del permiso y cuatro (4) meses más, y una póliza de responsabilidad civil extracontractual que ampare los daños a bienes y personas que puedan derivarse de la instalación de la valla, por un valor equivalente a 50 smlmv y un término de vigencia igual al de la vigencia del permiso y cuatro (4) meses más.

ARTICULO 35°. PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO DE VALLAS COMERCIALES. Para la obtención del permiso de vallas, se seguirá el siguiente procedimiento:

1. Una vez publicado el presente Acuerdo los interesados en la legalización de los elementos previamente instalados o en el otorgamiento de nuevos permisos, tendrán diez (10) días hábiles para presentar ante la Secretaria del Interior Municipal la solicitud respectiva, la cual debe ir acompañada de la información y los documentos fijados en el presente Acuerdo. La Secretaría del Interior Municipal adelantará el respectivo procedimiento de legalización de los permisos

acorde al orden cronológico de radicación. Cuando en un mismo inmueble existan diferentes solicitudes para instalación de publicidad exterior visual se resolverán las solicitudes teniendo en cuenta el orden de prelación, según radicado ventanilla única:

- a) En cualquier circunstancia tendrá prelación para el registro de publicidad exterior visual el titular del derecho de dominio del inmueble en el cual se ubicará el elemento de publicidad exterior visual.
- b) Cuando se trate de prórroga del registro, ésta primará frente a cualquier solicitud de registro nuevo.
- c) Cuando los solicitantes son poseedores o meros tenedores del inmueble en el cual se ubicara el elemento de publicidad exterior visual, las solicitudes de registro se resolverán en el orden de radicación.

2. La Secretaría del Interior Municipal, atenderá las solicitudes en el orden cronológico en que sean radicadas y, para ello, procederá a conformar un comité técnico integrado por funcionarios técnicos de esa Secretaría, de la Secretaría de Salud y Ambiente en lo que respecta al componente ambiental y ecológico y, a su vez, de la Secretaría de Planeación en cuanto al componente de localización, ubicación y distancia. En ese sentido, una vez radicada la solicitud, la Secretaría del Interior deberá efectuar el análisis de la misma, con el apoyo del referido comité técnico, y dar respuesta al interesado dentro del término de quince (15) días hábiles siguientes a la radicación de la solicitud.

3. En caso de ser favorable la respuesta mencionada, la Secretaría del Interior Municipal procederá a solicitar al interesado, dentro de los quince (15) días hábiles siguientes, la cancelación del impuesto y la constitución de las garantías de que trata el artículo anterior, los cuales deberán ser allegados dentro los cinco (5) días siguientes a la petición elevada por la autoridad competente. Para el caso de los tubos se debe adjuntar estudio de suelos y el diseño estructural de la misma, firmada por un ingeniero adjuntando copia de la cedula y la respectiva tarjeta profesional.

4. Surtido lo anterior, la Secretaría del Interior procederá a expedir el permiso de la valla al interesado y procederá al registro interno sistematizado, archivo documental y dispondrá de un plano digitalizado de las vallas registradas.

5. Una vez otorgado y notificado del registro al propietario de la valla, este tendrá un (1) mes contado a partir de la fecha de notificación para instalarla; de lo contrario perderá el registro y no podrá volver a solicitar uno nuevo para el mismo predio; sin que esto ocasione devolución de dinero alguno por pago de impuesto u otros conceptos.

6. En el predio donde se haya negado la instalación de una valla publicitaria por inviabilidad técnica o incumplimiento de la normatividad urbanística ambiental, o se haya ordenado un desmonte de un elemento instalado, no se podrá instalar nuevamente una valla publicitaria, así corresponda a la solicitud presentada por otra empresa diferente a la que le fue negada anteriormente la solicitud. Cuando se ordene el desmonte de una valla publicitaria esta debe demolerse en su totalidad, incluyendo cerchas cables, parales, columnas, transformadores, latas, tubos, etc.

Parágrafo: Las vallas que al momento de la expedición del presente Acuerdo cuenten con el respectivo permiso vigente otorgado por la administración municipal, continuarán con sus derechos y obligaciones hasta el vencimiento del respectivo permiso, momento en el cual podrán solicitar la renovación del mismo.

SECCIÓN VI

TABLEROS ELECTRÓNICOS

ARTICULO 36°. PANTALLAS LEDS Y TABLEROS ELECTRÓNICOS. Se entiende por pantallas LED y tableros electrónicos el medio físico de comunicaciones donde se proyectan imágenes luminosas, las cuales pueden tener diferentes emisores y receptores. La Proyección



de imágenes puede tener diferentes características de secuencia, resoluciones, colores y tamaños; pueden ser únicas o múltiples y estarán sujetos en su instalación y permiso, a lo dispuestos para las vallas publicitarias.

Parágrafo: En las pantallas LED y tableros electrónicos se podrá anunciar información ambiental, servicios públicos, medidas o sistemas de seguridad o transporte, prevención de riesgos y campañas culturales, cívicas, de recreación y salud pública o mensajes publicitarios comerciales, cívicos, turísticos, institucionales, artísticos, deportivos, informativos o similares y políticos previa reglamentación local, según disposiciones del Concejo Nacional Electoral.

ARTICULO 37º UBICACIÓN Y CONDICIONES DE LAS PANTALLAS LED Y TABLEROS ELECTRÓNICOS. La Publicidad Exterior Visual en movimiento a través de pantallas LED o tableros electrónicos, deberá cumplir con las condiciones técnicas y de seguridad que a continuación se enuncian:

a) La pantalla LED deberá estar instalada sobre una estructura tubular o cercha metálica o de otro material resistente, con sistemas fijos. Cuando el elemento este instalado al nivel del suelo, se cimentara por debajo del nivel de la superficie del predio o espacio público, teniendo en cuenta para ello el estudio de suelo.

b) La pantalla LED y los tableros electrónicos solamente podrá tener una (1) sola cara de exposición.

c) Solo se podrá instalar en predios con frente sobre vías arterias primarias.

d) La pantalla junto con la estructura que la soporta, deberá estar instalada al interior del predio, siempre que no se ubique en áreas pertenecientes o afectas al espacio público.

e) Cuando las pantallas LED o los tableros electrónicos se instalen en el mismo sentido de una vía doble calzada, la distancia mínima entre elementos tipo valla comercial y otros del mismo tipo, será de ciento sesenta (160) metros lineales, y cuando la instalación de las pantallas LED o tableros se localicen sobre el otro costado de una misma vía, la distancia mínima vallas comerciales y elementos del mismo tipo, será de ochenta (80) metros diagonales, salvo que las tengan ópticas visuales inversas, caso en el cual no se tendrá en cuenta la distancia diagonal. Las distancias referidas serán tomadas desde el mástil de la pantalla LED o tablero objeto de la solicitud. Además cuando las pantallas LED o tableros se instalen en predios donde converjan varias vías arterias por cada uno de sus costados, la distancia entre cada una de estos elementos a ubicar será 80 metros radiales tomados desde el mástil de la pantalla o tablero. Y para el caso de la zona rural de 250 metros entre vallas, pantallas LED y Tableros electrónicos.

f) El área de exposición de publicidad se establecerá de la siguiente manera:

- En vías cuyo tipo de actividad sea de comercio y servicios se tendrá en cuenta la altura libre y el área máxima permisible para el elemento de publicidad exterior visual:

- Para estructuras con alturas que oscilen entre 0 a 6 metros medidos desde el nivel del suelo y la parte superior del elemento, se permitirá la instalación de elementos de hasta doce metros (12) metros cuadrados.
- Para estructuras con alturas que oscilen entre 6,1, a 12 metros medidos desde el nivel del suelo y parte superior del elemento, se permitirá la instalación de elementos de publicidad exterior visual de hasta 24 metros cuadrados.
- Para estructuras con alturas que oscilen entre 12,1 a 24 metros medidos desde el nivel del suelo y parte superior del elemento, se permitirá la instalación de elementos de publicidad exterior visual de hasta 48 metros cuadrados.
- Para eventos temporales en espacio público: máximo treinta y dos (32) metros cuadrados.

En grandes superficies y/o centros comerciales, que cuenten con área de parqueadero a cielo abierto y área no cubierta inferiores a 2.500 metros cuadrados, podrán fijar estructuras con alturas que oscilen entre 6.1 a 12 metros medidos desde el nivel del suelo y la parte superior del elemento, se permitirá la instalación de pantallas LED de hasta de treinta y dos (32) metros cuadrados.

En predios que contengan áreas superiores a 2500 m2. libre de cubierta: Para estructuras con alturas que oscilen entre 12 a 24 metros medidos desde el nivel del suelo y la parte superior del elemento, se permitirá la instalación de elementos de hasta de cuarenta y ocho (48) metros cuadrados.

g) La altura de la pantalla junto con su estructura de soporte, no podrá superar los veinticuatro metros (24mts) de altura, contados a partir del nivel de la calzada de la vía correspondiente, hasta la parte más alta de la pantalla.

h) La pantalla deberá estar fija en la estructura, esto es que su orientación y visual es única y deberá corresponder con la que se establezca en el registro otorgado.

i) Se permite únicamente una pantalla por inmueble.

j) Los módulos que conforman la pantalla deberán estar instalados en un mismo plano continuo y de proyección vertical, en ese sentido, está prohibida la unión de dos (2) o más pantallas y/o la afectación visual de dos (2) costados vehiculares y/o peatonales simultáneamente.

k) Se restringe la publicidad que se exhiba en las pantallas al horario diario comprendido entre las 6:00 a.m. y las 10:00 p.m.

l) Además de las prohibiciones generales vigentes sobre publicidad exterior, específicamente se prohíbe para publicidad en tableros electrónicos:

- Instalar o fijar publicidad exterior visual en pantalla a menos de 200 metros, de bienes declarados como monumentos nacionales por el Ministerio de Cultura.

- Instalar o fijar publicidad exterior visual en pantalla a menos de 200 metros, de bienes declarados de interés cultural por el Municipio de Bucaramanga.

- Emitir o promocionar en las pantallas cualquier tipo de publicidad o patrocinio relacionado con el tabaco, sus derivados y su consumo, prohibiciones enmarcadas en la Ley 1335 del 21 de julio de 2009.

- En las pantallas LED que se encuentren a menos de 200 m de cualquier establecimiento educativo o recreacional, se prohíbe emitir o promocionar publicidad de cualquier tipo que induzca al consumo de bebidas con contenido alcohólico.

- Instalar, fijar o adosar tableros o pantallas LED en las fachadas, cubiertas, antejardines o cerramientos de las edificaciones, y demás elementos constitutivos de espacio público.

- Las pantallas LED no podrán tener sistemas de rotación o giro, deberán ser fijas. Por tanto, se prohíbe modificar la orientación y visual de la pantalla.

- La estructura que soporta la pantalla no podrá atravesar la cubierta del inmueble ni las placas que separan sus pisos, ni techos, ni cubiertas.

m) Los tableros electrónicos podrán instalarse excepcionalmente sobre espacio público, sobre las zonas verdes o franjas de mobiliario urbano, cumpliendo con el licenciamiento establecido en el Decreto Nacional 1469 de 2010 o la norma que lo modifique o sustituya, caso en el cual, entrarán a formar parte de los elementos del mobiliario urbano de la ciudad.

n) En caso de otorgarse la licencia de intervención del espacio público la publicidad exhibida en la pantalla deberá contener información de carácter institucional en el treinta por ciento (30%) de su contenido diario repartido, entre el total de la información ofrecida.

PARAGRAFO PRIMERO. En las grandes superficies y/o centros comerciales se podrán instalar pantallas leds adosadas a la fachada de estos, las cuales no podrán exceder de 48 mt² y en todo caso, no mayor al treinta (30%) por ciento del área hábil de la fachada, así mismo estas solo podrán promocionar los establecimientos de comercio que se encuentren al interior del centro comercial, caso en el cual el elemento no será catalogado como valla publicitaria, por lo cual no podrá ser comercializado.

El permiso de ubicación e instalación del elemento publicitario antes descrito, estará sujeto a que este será el único elemento publicitario que se podrá ubicar y autorizar en la fachada, e igualmente estará sujeto a los conceptos técnicos señalados en el Art 6 del presente Acuerdo y del pago del impuesto correspondiente.

SECCIÓN VII

AVISOS TIPO COLOMBINA

ARTÍCULO 38º AVISOS TIPO COLOMBINA. Los avisos tipo colombina, son elementos de publicidad exterior visual utilizados como alternativa de identificación del establecimiento de comercio sin paramento o área de encerramiento, cuando las condiciones de visibilidad del aviso de identificación principal adosado a la fachada no lo permitan su visualidad, o la estructura de la edificación no permita la fijación del mismo.

ARTICULO 39º. UBICACIÓN. Solo se permitirá la instalación de este tipo de elementos en las zonas privadas de que trata el numeral 7º del artículo 15º del presente Acuerdo, previa expedición de los conceptos técnicos favorables de la Secretaria de Planeación y la Secretaría de Salud y de Ambiente.

ARTÍCULO 40º. PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO DE AVISOS TIPO COLOMBINA O SIMILARES. El interesado en publicitar por este medio deberá solicitar el correspondiente permiso a la Secretaría del Interior Municipal previos conceptos técnicos de localización y ubicación y ambiental y ecológico, cancelar el impuesto del que habla Acuerdo Municipal 043 de 1995, o las normas que las modifiquen o sustituyan y constituir las garantías de que trata el numeral 6º del artículo 34 del presente Acuerdo.

ARTÍCULO 41º. PROHIBICIONES. Además de las prohibiciones señaladas en el artículo 16º del presente Acuerdo, no se permite colocar avisos tipo colombina, en los siguientes lugares:

1. Sobre vías o zonas de carácter paisajístico.
2. En puentes peatonales, vehiculares, separadores de vías, y en las fachadas de las edificaciones.
3. Sobre los elementos naturales como árboles, rocas y similares.
4. Sobre luminarias de parques, plazoletas, vías peatonales, zonas verdes, andenes, antejardines, elementos del sistema hídrico y similares.

CAPÍTULO II

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MÓVIL

ARTÍCULO 42º. PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MÓVIL. Se define como publicidad exterior móvil, el elemento publicitario que se autotransporta por un vehículo automotor, a través de las siguientes modalidades:

1. Buses, busetas y microbuses
2. Vehículos tipo automóvil.
3. Vehículos de carga.
4. Vehículos con plataforma publicitaria.



ARTÍCULO 43° PROCEDIMIENTO. Conforme a lo preceptuado en la Resolución 2444 de 2003 emanada del Ministerio de Transporte, corresponde a la Secretaría de Salud y Ambiente, Dirección de Tránsito de Bucaramanga y la Policía Ambiental, controlar, vigilar e inspeccionar la circulación de vehículos portadores de publicidad exterior visual en la jurisdicción del Municipio de Bucaramanga, de acuerdo con el siguiente procedimiento: Los funcionarios de la Secretaría de Salud y Medio Ambiente, con el apoyo de la Dirección de Tránsito de Bucaramanga y la Policía Ambiental procederán a requerir al conductor, propietario de la publicidad exterior o del vehículo que transite sin el respectivo permiso de autoridad competente a fin de que dicha publicidad, sea desmontada o retirada inmediatamente. En caso de no cumplirse lo anterior, el funcionario competente de la Secretaría de Salud y Ambiente realizará un registro fotográfico de la publicidad no autorizada que se esté exhibiendo en el momento y la remitirá a la Inspección de Salud y Aseo junto con el acta de requerimiento, donde se dará inicio al procedimiento administrativo sancionatorio señalado en presente Acuerdo.

ARTÍCULO 44°. UBICACIÓN, INSTALACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MÓVIL. La publicidad exterior visual móvil, se regirá por las siguientes reglas sobre ubicación, instalación y características:

1. El interesado en instalar vallas, letreros o avisos en vehículos automotores, deberá solicitar el correspondiente permiso de aprobación de instalación de la publicidad móvil a la Secretaría del Interior Municipal.
2. La instalación de vallas, letreros o avisos en vehículos automotores, en ningún caso podrá modificar o adicionar el ancho y/o la longitud originales del vehículo. Por lo tanto, no podrán ocupar un área superior a los costados sobre los cuales se ha fijado.
3. La altura del vehículo, incluyendo la de la valla, aviso o letrero, medida desde la superficie de la vía y la parte más alta del aditamento fijado al vehículo, no podrá ser superior a 4.10 metros.
4. Por ningún motivo podrán instalarse vallas, avisos o letreros que obstaculicen la visibilidad de las placas de identificación del vehículo o que induzcan a error en su lectura.
5. No podrán ocupar u obstaculizar las ventanas o puertas.
6. La publicidad exterior visual móvil autorizada para vehículos automotores destinados al servicio público de transporte de pasajeros, podrá permanecer instalada durante el tiempo por el cual se haya otorgado la autorización, teniendo veinticuatro (24) horas adicionales improrrogables, para su desmonte o retiro, incluyendo todos los elementos adicionales utilizados para el efecto.
7. La existencia de la publicidad no podrá modificar el color predominante establecido en la tarjeta de propiedad del vehículo.

ARTICULO 45°. PROHIBICIONES EN MATERIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MÓVIL. No se permite la circulación de vehículos automotores con publicidad exterior visual móvil o elementos publicitarios, en remolques, motocicletas, bicicletas, tricivallas o cualquier otra modalidad que no se encuentre regulada en el presente Acuerdo. Tampoco podrán portarse vallas, letreros o avisos diferentes a los distintivos y colores de la empresa y los específicos del tipo de servicio, en la parte posterior de los vehículos destinados al servicio público de transporte escolar.

ARTÍCULO 46°. PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN BUSES, BUSETAS Y MICROBUSES. Se podrán adherir avisos o letreros en las superficies laterales exteriores de los buses, busetas y microbuses, así:

1. En la parte posterior, en el tercio central debajo del vidrio, con una dimensión no superior a 0.75 metros por 0.75 metros, permitiendo identificar el color registrado del vehículo.
2. En los costados laterales, debajo de los vidrios, en una proporción máxima del 50% de la superficie de cada costado, de tal manera que permita identificar claramente los distintivos y colores de la empresa si se trata de un equipo de servicio público, o los colores originales del vehículo registrado en la licencia de tránsito, si se trata de un vehículo de servicio particular.

Parágrafo Primero. No se permitirá la fijación de vallas en las capotas de buses, busetas y microbuses.

Parágrafo Segundo. MÁXIMO DE CUPOS AUTORIZADOS. Dentro del perímetro urbano y rural del Municipio de Bucaramanga, solo podrá autorizarse simultáneamente y por períodos máximos de tres (3) meses, un cupo de hasta ochenta (80) buses, busetas o microbuses, con posibilidad de instalar elementos de publicidad exterior visual.

ARTÍCULO 47°. PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MÓVIL EN VEHÍCULOS TIPO AUTOMÓVIL DE SERVICIO PÚBLICO. Se podrá autorizar la colocación de vallas y avisos, en las capotas de vehículos tipo automóvil de servicio público, siempre y cuando el elemento publicitario se instale sobre un aditamento resistente a los fenómenos naturales, de forma tal que se integre visualmente al elemento portante, en forma paralela, y que su tamaño no supere el 50% del área de la capota ni tenga una altura superior a 0.50 metros. Igualmente se podrá instalar publicidad exterior visual, en los costados laterales debajo de los vidrios, en una proporción máxima del 50% de la superficie de cada costado, de tal manera que permita identificar claramente los colores originales del vehículo registrados en la licencia de tránsito. En los vehículos tipo taxi y en los automóviles destinados al servicio público de transporte, no podrán instalarse o adherirse vallas, avisos o letreros en sus costados laterales, o parte trasera, excepto los que identifiquen la empresa y el tipo de servicio. Tampoco podrán instalarse vallas que impidan la visibilidad del número de placa que se encuentra adherida a la parte superior externa del techo.

Parágrafo. MÁXIMO DE CUPOS AUTORIZADOS. Dentro del perímetro urbano y rural del Municipio de Bucaramanga, sólo podrá autorizarse simultáneamente y por períodos máximos de tres (3) meses, un cupo de hasta ciento veinte (120) taxis, con posibilidad de instalar elementos de publicidad exterior visual, los cuales para su legalización deberán presentar la tarjeta de operación del Municipio de Bucaramanga y la carta de autorización de la empresa donde se encuentre afiliado el vehículo de servicio público.

ARTÍCULO 48°. PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MÓVIL EN VEHÍCULOS TIPO PARTICULARES: Se permitirá la fijación de publicidad exterior visual de carácter promocional y comercial en los costados laterales, debajo de los vidrios, en una proporción máxima del 50% (cincuenta por ciento de la superficie de cada costado y en la parte posterior del vehículo. En los vehículos particulares solo se permitirá colocar publicidad de carácter promocional o comercial cuando el vehículo sea propiedad de una empresa comercial o esté afiliado a ésta y esté legalmente constituida.

Parágrafo: Los propietarios de los vehículos particulares interesados en instalar publicidad exterior visual promocional o comercial deberán obtener el correspondiente permiso ante la Secretaría de Interior Municipal y los conceptos técnicos de que habla el Artículo 4° del presente Acuerdo.

ARTÍCULO 49° PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MÓVIL EN VEHÍCULOS TIPO CARGA. Se podrán adherir avisos en los costados laterales de la carpa, carrocería de estacas o láminas metálicas de los furgones y contenedores. Los avisos deberán asegurarse de tal manera que no exista peligro de caer a la vía, cumpliendo con lo señalado en la Resolución 2444 de 2003 y deberán tramitar el correspondiente permiso en caso de exhibir publicidad exterior visual de carácter promocional o comercial.

Parágrafo: Quedan exentos del trámite de permiso de publicidad exterior móvil aquellas empresas que solo exhiben el nombre comercial o distintivo de la empresa de conformidad con su objeto social.

ARTÍCULO 50°. PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN VEHÍCULOS CON PLATAFORMA, DE USO EXCLUSIVO PARA EL PORTE DE VALLAS Y AVISOS PUBLICITARIOS. Las vallas y avisos que se coloquen sobre plataformas se someterán a las siguientes condiciones:

1. Sólo podrán instalarse dos caras laterales con publicidad, con una dimensión máxima de 4x2 metros medidos desde el chasis. Estas caras pueden estar iluminadas.



[Handwritten signatures and initials]

2. Sólo podrá existir una cara trasera de máximo 2x1 metros de área, la cual no debe tener iluminación.
3. La capacidad de carga del vehículo deberá ser inferior a tres toneladas.
4. No se podrán portar pasajeros en la plataforma cuando el vehículo esté en movimiento. Los pasajeros sólo se podrán ubicar en los costados laterales del vehículo cuando se encuentre debidamente estacionado y apagado el motor.
5. Los vehículos tipo plataforma sólo podrán transitar sobre la vía pública no destinada a peatones.
6. Los vehículos tipo plataforma no pueden exceder las normas de velocidad permitidas en el perímetro urbano.
7. Si transitan en la noche, los vehículos móviles tipo plataforma, deberán mantener las luces de parqueo encendidas.
8. Los vehículos tipo plataforma en movimiento no pueden portar sonido exterior en la plataforma del vehículo o dentro de la valla publicitaria fijada en el vehículo.
9. El propietario y/o administrador del vehículo tipo plataforma que obtenga el correspondiente permiso, deberá comunicar a la Secretaria de Salud y Ambiente el cambio de todas y cada una de las campañas publicitarias exhibidas dentro de la vigencia del permiso.

CAPÍTULO III

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL AÉREA

ARTÍCULO 51°. PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL AÉREA. Se define la publicidad exterior visual aérea, como el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como globos libres y dirigibles o anclados al piso, aviones con publicidad de arrastre y publicidad exterior, elementos inflables o similares. No se permite arrojar publicidad o información alguna desde naves en vuelo sobre el Municipio de Bucaramanga.

Asimismo, y previo a la expedición del permiso por parte de la Secretaria del Interior, se hace necesario la expedición del concepto técnico ambiental a ser emitido por la Secretaria de Salud y Ambiente.

ARTÍCULO 52°. PROHIBICIONES. Se prohíbe la utilización de elementos de publicidad exterior visual aérea definidos en el artículo anterior, en lotes o edificaciones privadas o públicas, a excepción de aquellos que se autoricen por la Secretaría del Interior para espectáculos públicos transitorios. Tampoco se permite su utilización en andenes, antejardines, zonas verdes endurecidas y vías vehiculares y en general en espacios públicos.

TITULO III

PERMISO Y REGISTRO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTÍCULO 53°. DEFINICIÓN. El registro de publicidad exterior visual es la inscripción que hace la Secretaría del Interior Municipal, de los permisos para vallas, que cumplan con las normas establecidas en el presente Acuerdo, teniendo en cuenta la información suministrada por el petitionario o interesado, con base en los conceptos técnicos de la Secretaria de Planeación y la Secretaría de Salud y del Ambiente. El permiso y el registro de publicidad exterior visual no conceden a su titular derechos adquiridos, por lo tanto, para su utilización, deberá sujetarse a las condiciones y tiempo autorizados.

ARTÍCULO 54°. TERMINO DE VIGENCIA DEL PERMISO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. El término por el cual podrá otorgarse el permiso de la publicidad exterior visual, según la modalidad que se utilice, es el siguiente:

1. Pasacalles: Doce (12) días calendario.
2. Pendones y/o pancartas: Quince (15) días calendario y por ocho (8) veces al año.



3. Vallas, pantallas LED y tableros electrónicos: Dos (2) años.
4. Avisos de Identificación superiores 8 m2: Un (1) año de vigencia.
5. Avisos de Identificación de Proyectos inmobiliarios por el término de la Licencia de Construcción.
6. Avisos tipo colombina: Un (1) año.
7. Publicidad Exterior Visual Móvil en vehículo Automóvil de Servicio Público: Tres (3) meses
8. Publicidad exterior visual en vehículos tipo carga: Un (1) año.
9. Publicidad exterior visual en Vehículo tipo Plataforma: Un (1) año.
10. Publicidad exterior visual en Buses, Busetas y Microbuses: Tres (3) meses.
11. Publicidad exterior visual aérea: Tres meses (3) meses.
12. Publicidad Exterior Visual Móvil en Vehículo Tipo particular: Un (1) año.
13. Publicidad exterior visual aérea y fija en espectáculos públicos: Desde veinticuatro (24) horas antes de presentación y hasta veinticuatro (24) horas después de su finalización.
14. Murales artísticos y/o pinturas Un (1) año.

ARTICULO 55° TRASLADO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Para el traslado de publicidad exterior visual tipo valla, se requerirá del permiso y la actualización del registro correspondiente. Dicha autorización no se entiende como prórroga del permiso inicial. Los traslados serán permitidos siempre y cuando el Registro esté vigente y se realice a una distancia máxima de cincuenta (50) metros en el mismo sentido de la vía cumpliendo la distancia autorizada, es decir, 160 metros de mastil a mastil con otro elemento. Pasada la distancia de cincuenta (50) metros tendrá que solicitar nuevo permiso.

ARTICULO 56° FORMATO Y DOCUMENTACIÓN PARA EL REGISTRO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. El registro de la publicidad exterior contendrá la información y documentación:

1. Número de consecutivo.
2. Tipo de valla y ubicación. Para estos efectos se indicará:
 - a. Dimensiones
 - b. Tipo de publicidad, distinguiendo si es, artística, cívica, comercial, cultural, informativa, institucional, política, profesional, turística o de obra de construcción.
 - c. Dirección exacta del inmueble en donde se instalará la valla y su número predial. Cuando el inmueble no tenga dirección se acompañará de la carta catastral del inmueble expedida por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi. En zonas residenciales, sólo se podrán instalar elementos de publicidad exterior visual en forma de avisos adosados a fachada del inmueble, en los términos establecidos en el presente Acuerdo.
 - d. Fotomontaje de la valla en el inmueble. Plano con la identificación de la parte del inmueble en que se instalará la publicidad exterior visual, señalando si es en fachada, terraza o cubierta, patio interno, lotes, parqueadero o muro de cerramiento, u otro.
3. Identificación del anunciante, del propietario de la valla y el propietario del inmueble en donde se instalará, indicando nombre y número de documento de identidad, teléfono y dirección de cada uno de ellos. Las personas jurídicas mediante certificado de existencia y representación legal.
4. Ilustración o fotografías de la publicidad exterior visual y transcripción del texto que en ella aparece. Para éstos efectos se adjuntará a la solicitud:

5. El texto completo de la publicidad exterior visual. El texto de la publicidad exterior visual deberá ser siempre el idioma castellano salvo las excepciones de ley.

6. Tipo de solicitud, indicando si se trata de permiso inicial, renovación o traslado de la publicidad. Cuando se trate de renovación, se indicará el número y fecha del registro vigente.

7. El interesado deberá acompañar la siguiente documentación a su solicitud:

a. Certificado de existencia y representación legal, expedida por la autoridad competente, cuya fecha de expedición no supere tres (3) meses de anterioridad a la fecha de radicación de la solicitud.

b. Folio de matrícula inmobiliaria del inmueble cuya fecha de expedición no supere tres (3) meses de anterioridad a la fecha de la radicación de la solicitud.

c. Cuando se actúe por intermedio de apoderado, poder debidamente otorgado en los términos del Código de Procedimiento Civil.

d. Certificación suscrita por el propietario del inmueble en la que conste que autoriza al responsable de la publicidad exterior visual para que la instale en el inmueble o predio de su propiedad, y que autoriza de manera irrevocable a la Secretaría de Salud y del Ambiente para ingresar al inmueble cuando ésta dependencia deba cumplir con la orden de desmonte o retiro de la publicidad exterior visual.

e. Plano o fotografía panorámica del inmueble, en la que se ilustre la instalación de la publicidad exterior visual.

f. El recibo de pago del impuesto de que trata el Acuerdo Municipal 043 de 1995 o la norma que lo modifique o sustituya.

g. Garantías que amparen el cumplimiento de las obligaciones adquiridas y la responsabilidad civil extracontractual, en los términos previstos en este Acuerdo.

h. Estudio de suelos y del cálculo y diseño estructural, firmado por un profesional idóneo en las materias, quien conjuntamente con el solicitante del permiso para la ubicación de la valla serán responsables de los mismos, sin perjuicio de la responsabilidad por la correcta ejecución de las obras requeridas para la instalación de la misma.

8. Cuando la publicidad exterior visual corresponda a un aviso de identificación establecimientos de comercio, industriales y de servicio, o a un aviso de identificación de proyecto inmobiliario deberá allegarse la siguiente documentación:

1. La solicitud deberá ser presentada con mínimo quince (15) días de anterioridad y por ningún motivo podrá ser instalada hasta tanto no se haya expedido el permiso o autorización correspondiente, así mismo el requerimiento deberá especificar las, medidas del elemento a instalar en m2, área de la fachada en m2, y/o de la sala de ventas, y dirección del predio.
2. Fotomontaje o diseño.
3. Cámara de comercio, personería jurídica o RUT para los casos donde el petitionario sea persona natural.
4. Pago de impuesto.

9. Cuando la publicidad exterior visual corresponda a un aviso tipo colombina, deberá allegarse la siguiente documentación:

1. La solicitud deberá ser dirigida a la Secretaria del Interior presentada por escrito con mínimo quince (15) días de anterioridad y por ningún motivo podrá ser instalada hasta tanto no se haya expedido el permiso o autorización correspondiente, así mismo el requerimiento deberá especificar las medidas m2 del elemento a instalar en la fachada, y/o de la sala de ventas, y dirección del predio.
2. Fotomontaje o diseño.

3. Cámara de comercio, personería jurídica o RUT para los casos donde el peticionario sea persona natural.
 4. Pago de impuesto.
10. Cuando la publicidad exterior visual corresponda a un pasacalle, pendones, pancartas y publicidad aérea, deberá allegarse la siguiente documentación:
1. Solicitud deberá ser presentada por escrito con quince (15) días de anterioridad a la fecha de instalación del elemento y por ningún motivo podrá ser instalado previamente, así mismo el diseño o fotomontaje deberá especificar en una de sus caras el nombre del responsable, dirección, teléfono, fecha de inicio o instalación y fecha de retiro.
 2. Fotomontaje o diseño.
 3. Cámara de comercio, personería jurídica o rut para los casos donde el peticionario sea persona natural.
 4. Pago de impuesto.
11. Cuando la publicidad exterior visual corresponda a publicidad exterior móvil deberá allegarse la siguiente documentación:
1. Solicitud deberá ser presentada por escrito y por ningún motivo podrá ser instalada previamente, hasta tanto no se haya obtenido los conceptos técnicos de rigor, de acuerdo a la información aportada por el interesado.
 2. Fotocopia de la tarjeta de propiedad
 3. Fotomontaje, ancho del vehículo, longitud, medidas de la publicidad y características generales.
 4. Cámara de comercio, personería jurídica o rut para los casos donde el peticionario sea persona natural.
 5. Pago de impuesto.

Parágrafo Primero: En caso de no allegar el interesado la documentación o información requerida en el artículo anterior, la Secretaría del Interior requerirá por una sola vez al solicitante, a fin de que allegue la información o documentación faltante en un término no mayor de cinco (5) días hábiles, vencidos los cuales sin que se hubiera dado cumplimiento al requerimiento, se entenderá que el solicitante ha desistido de su solicitud de permiso, por lo que se procederá a su archivo inmediato.

Parágrafo Segundo: Si del estudio de la documentación e información allegada por el interesado y la Secretaría del Interior encuentra que la solicitud de permiso y el consiguiente registro no son viables por no cumplir con las especificaciones técnicas y normativas, se indicará así al peticionario, exponiendo por escrito las razones que fundamentan la decisión, la cual deberá ser comunicada al peticionario. Contra dicha decisión proceden los recursos de reposición y apelación, todo ello, en los términos del Código Contencioso Administrativo.

ARTÍCULO 57°. PRELACIÓN DE LAS SOLICITUDES DE PERMISO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Las solicitudes de permiso se resolverán en orden de radicación.

1. Cuando se trate de renovación del permiso, ésta primará frente a cualquier solicitud de permiso nuevo, siempre que no supere el término autorizado para el caso de vallas, pantallas LED y tableros electrónicos. Y se podrá solicitar previamente treinta (30) días antes de su vencimiento y por ningún motivo después de la expiración del permiso.
2. Cuando los solicitantes sean poseedores o meros tenedores del inmueble en el cual se ubicará el elemento de publicidad exterior visual, las solicitudes se resolverán en orden de radicación.

ARTÍCULO 58°. PÉRDIDA DE VIGENCIA DE LOS REGISTROS O PERMISOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Los permisos de publicidad exterior visual perderán su vigencia cuando se incumpla las disposiciones señaladas en el presente Acuerdo, o se hagan cambios a la publicidad exterior visual sin solicitar la actualización o renovación del respectivo registro, o se instale la publicidad exterior visual en condiciones diferentes a las autorizadas o cuando el propietario del elemento publicitario presente mora en el pago del impuesto durante la vigencia del registro otorgado por la Secretaria del Interior. En estos casos se informara al responsable sobre la decisión tomada e iniciara la actuación administrativa que revoque el registro y de confirmarse la decisión, informara a la Inspección de Salud y Aseo para que de inicio al procedimiento que permita el desmonte de la valla y las sanciones a que haya lugar.

Parágrafo: Para el efecto de la renovación o actualización de los registros o permisos de publicidad exterior visual, expedidos por la Secretaria del Interior y que no hayan sufrido cambios en las características inicialmente aprobadas según conceptos técnicos, se renovaran teniendo como soporte los concepto técnicos emitidos inicialmente por la Secretaria de Planeación y la Secretaria de Salud y Medio Ambiente, caso contrario se requerirá de la expedición de conceptos técnicos nuevos para la expedición de un nuevo permiso.

(INSPECCION DE SALUD Y ASEO)

TÍTULO IV

DESMONTE DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL NO AUTORIZADA Y PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONATORIO

ARTICULO 59° REMOCIÓN O MODIFICACIÓN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Sin perjuicio de la acción popular consagrada en el artículo 1005 del Código Civil y el artículo 8° de la Ley 9ª de 1989 y de otras acciones populares, cuando se hubiese colocado publicidad exterior visual, en sitio prohibido por la ley o por este Acuerdo, o en condiciones no autorizadas por ésta, cualquier persona podrá denunciar la violación al presente Acuerdo ante la Inspección de Salud y aseo de la Secretaría del Interior la cual ordenará previo el trámite correspondiente el desmonte o modificación del elemento publicitario. La queja podrá presentarse verbalmente o por escrito de conformidad con el Código Contencioso Administrativo.

De igual manera y sin perjuicio del ejercicio de la acción popular, el Alcalde por intermedio de la Secretaría del Interior Municipal, podrá iniciar una actuación administrativa de oficio, para determinar si la publicidad exterior visual se ajusta a la ley. Para dicho efecto, la Secretaría de Salud y del Ambiente informará a la Inspección de Salud y aseo de la Secretaría del Interior Municipal, cuando encuentre publicidad exterior visual que no cumpla con los requisitos legales y normativos vigentes o que se encuentre ubicada en espacio público o lugares no autorizados, quien atenderá el procedimiento que se describe a continuación: Recibida la solicitud o iniciada de oficio la actuación, el funcionario verificará si la publicidad se encuentra registrada de conformidad con el título anterior y si no se ha solicitado su permiso dentro del plazo señalado por la ley, se ordenará su remoción. De igual manera el funcionario competente de la Secretaría del Interior, debe ordenar que se remueva o modifique la publicidad exterior visual que no se ajuste a las condiciones legales, tan pronto tenga conocimiento de la infracción, cuando ésta sea manifiesta o para evitar o para remediar una perturbación del orden público en los aspectos de defensa nacional, seguridad, tranquilidad, salubridad y circulación de personas y cosas o graves daños al espacio público. En los casos anteriores, la decisión debe adoptarse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes al día de recepción de la queja o de la iniciación de la actuación. Si la decisión consiste en ordenar la remoción o modificación de una publicidad exterior visual, el funcionario competente, fijará un plazo no mayor de tres (3) días hábiles para que el responsable de la publicidad, si es conocido, la remueva o la modifique. Vencido este plazo, ordenará que la Secretaría de Salud y del Ambiente la remuevan a costa del infractor. Cuando la publicidad exterior visual se encuentre debidamente autorizada y no se trate de los eventos previstos en el inciso tercero de este artículo, el Alcalde por intermedio de la Secretaría del Interior, dentro de los veinte (20) días hábiles siguientes al día de recepción de la queja o de la iniciación de la actuación, deberá promover acción popular ante los jueces competentes para solicitar la remoción o modificación de la publicidad. En estos casos acompañará a su escrito copia auténtica del registro de la publicidad. Lo anterior, sin perjuicio de las sanciones y multas

a que se haya hecho acreedor el infractor, y en el evento que el permiso haya exigido póliza esta se hará efectiva.

ARTICULO 60°. DESTINACIÓN ELEMENTOS PUBLICITARIOS RETENIDOS: Los elementos de publicidad exterior visual que sean removidos por las autoridades municipales serán depositados en los lugares dispuestos por la Secretaría de Salud y Ambiente para este efecto, y podrán ser reclamados por sus propietarios, previo el pago del costo incurrido por el desmonte según lo determinado en la actuación administrativa, en el lugar en donde dicho ente lo indique y la presentación del recibo de pago al Municipio.

Parágrafo: Lo recaudado por concepto de sanciones ingresará al Fondo Rotatorio ambiental.

ARTICULO 61° SANCIONES. La persona natural o jurídica que anuncie cualquier mensaje por medio de la publicidad exterior visual colocada en lugares prohibidos, incurrirá en una multa por un valor de uno y medio (1,5) a diez (10) salarios mínimos mensuales vigentes, teniendo en cuenta la gravedad de la falta y las condiciones de los infractores.

Responderán solidariamente por el pago de las sanciones: el propietario de la estructura, el anunciante, el propietario del inmueble, del establecimiento, del vehículo y la agencia de publicidad, la multa podrá aplicarse igualmente a los dueños, arrendatarios, o usuarios del inmueble a cualquier título que permitan el levantamiento de dicha publicidad. Dicha sanción la aplicará el alcalde por intermedio de la Secretaría del Interior. Las resoluciones así emitidas y en firme prestarán mérito ejecutivo.

Igualmente se podrá hacer extensivas las sanciones a los: agentes, productores, intermediarios, operadores logísticos o similares de eventos que se anuncien por medio de la publicidad exterior visual en todas sus modalidades, (fijas o móviles) en lugares prohibidos o sin el respectivo permiso por parte de la Secretaría del Interior.

Los infractores que anuncien eventos que hayan requerido autorización previa por parte de la Administración Municipal – Secretaria del Interior, para su realización, una vez evidenciada por cualquier medio la infracción, se procederá a revocar dicha permiso o licencia para la realización del evento promocionado.

En los casos de eventos a realizarse en el perímetro de la ciudad que no se acojan a las disposiciones legales para el uso de publicidad exterior, el Municipio podrá ordenar la suspensión o cancelación del evento, hasta tanto no se dé total cumplimiento a dichas disposiciones legales.

Parágrafo 1: Cuando se ordene el desmonte de una valla publicitaria esta se debe demoler en su totalidad, incluyendo lona, cerchas, cables, parales, columnas, transformadores, lata y tubos, etc.

Parágrafo 2: Cuando las autoridades sanitarias (Secretaria de Salud y Ambiente Municipal) verifiquen la proliferación de publicidad exterior visual ilegal o en condiciones no autorizadas y que genera un grave riesgo ambiental y de salud pública, podrá aplicar las medidas sanitarias de seguridad contempladas en el artículo 576 y 593 de la Ley 09 de 1979 Código Sanitario Nacional, quienes en cumplimiento de dicha función y como medida inmediata podrán ordenar al infractor en un término de tres (3) días el retiro del elemento, de no acatar el infractor la orden, se sellara la estructura y la publicidad exhibida y se remitirá a la inspección urbana de policía para el procedimiento administrativo de rigor que ordene el desmonte y la aplicación de las sanciones de Ley.

Parágrafo 3: Las medidas sanitarias de seguridad estipuladas en el parágrafo 2 de este artículo son independientes de las sanciones aplicadas a través del proceso sancionatorio adelantado por la Inspección de Salud y Aseo de la Secretaria del Interior.

Parágrafo 4: Cuando la publicidad exterior visual no cuente con los debidos permisos otorgados por las autoridades municipales y sea objeto de la aplicación de una medida sanitaria de seguridad, la autoridad sanitaria podrá proceder a realizar su decomiso y determinar su disposición final de manera inmediata.

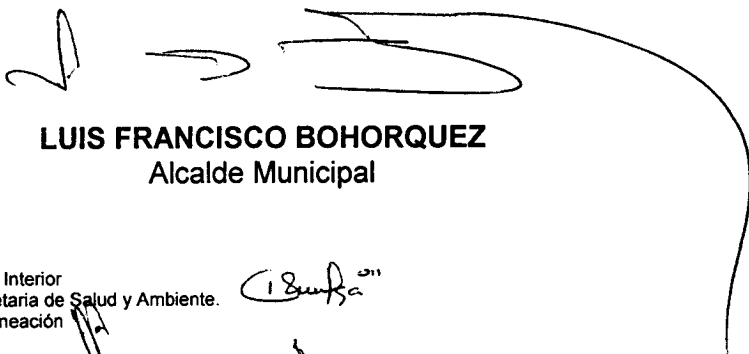
ARTICULO 62° IMPUESTOS. El impuesto a pagar por concepto de publicidad exterior visual, será el señalado en el Acuerdo del Concejo Municipal No. 043 de 1995, o la norma que lo modifique o sustituya. La Secretaría de Hacienda Municipal tomará las medidas necesarias para que los funcionarios encargados del cobro y recaudo del impuesto reciban los nombres y número de NIT de las personas que aparezcan en el registro de publicidad exterior visual de que trata el presente Acuerdo.

ARTÍCULO 63. TRANSITORIEDAD. Para efectos de adecuarse a la presente normatividad los particulares cuentan con un término de tres (3) meses contados a partir de la promulgación y divulgación del Acuerdo, para el desmonte de los elementos de publicidad exterior visual violatorios de la norma, vencido el término los elementos que se encuentren instalados por fuera de ese marco serán desmontados en cumplimiento del debido proceso.

Los permisos y registros vigentes antes de la entrada en vigencia del presente Acuerdo, conservarán su validez hasta la fecha de su vencimiento.

ARTÍCULO 64. VIGENCIAS Y DEROGATORIAS. El presente Acuerdo Municipal rige a partir de su publicación y deroga todas las normas que le sean contrarias.

Presentado por,



LUIS FRANCISCO BOHORQUEZ
Alcalde Municipal

Revisó:
Cesar Alfonso Parra Galvis – Secretario del Interior
Dra. Claudia Mercedes Amaya Ayala. Secretaria de Salud y Ambiente.
Dr. Mauricio Mejia Abello. Secretario de Planeación
Revisó Aspectos Jurídicos:
Dr. Cristian David Montezuma Atendía – Abogado Externo Secretaria Jurídica.
Dra. Rosa Maria Villamizar. Profesional especializada
Dra. Tatiana del Pilar Tavera. Asesora Despacho
Dr. Carmen Cecilia Simijaca Agudelo – Secretaria Jurídica.

C. B. Parra

J. C.

J.

CONCEJO DE BUCARAMANGA
Correspondencia Externa
Secretaría General
19 DIC 2011
3:45
Marceta Polanco

