

Santiago de Cali, diciembre 7 de 2017

Señor
JACOBO NADER CEBALLOS
Presidente Comisión Segunda de Plan y Tierras
Concejo de Santiago de Cali
Ciudad

En cumplimiento del Reglamento Interno de la Corporación Concejo de Santiago de Cali, y dentro del término reglamentario me permito presentar Ponencia Favorable para Primer Debate del Proyecto de Acuerdo No.056 de 2017 **“POR EL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MAYOR, MENOR, ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL, PUBLICIDAD EN AMOBLAMIENTO URBANO Y AVISOS EN EL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”**.

Cordialmente,



CARLOS ANDRÉS ARIAS RUEDA
Concejal Ponente

Adjunto original y siete copias para cada uno de los miembros de la comisión y CD.

CONCEJO DE SANTIAGO DE CALI

PONENCIA PARA PRIMER DEBATE

PROYECTO DE ACUERDO No. 056

**“POR EL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR
VISUAL MAYOR, MENOR, ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL,
PUBLICIDAD EN AMOBLAMIENTO URBANO Y AVISOS EN EL
MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI Y SE DICTAN OTRAS
DISPOSICIONES”.**

CARLOS ANDRÉS ARIAS RUEDA
Concejal Ponente

Santiago de Cali, diciembre 6 de 2017

PROYECTO DE ACUERDO No. 056

“POR EL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MAYOR, MENOR, ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL, PUBLICIDAD EN AMOBLAMIENTO URBANO Y AVISOS EN EL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”.”

I. ANTECEDENTES DEL PROYECTO DE ACUERDO

Que el Señor Alcalde de Santiago de Cali, en uso de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el Artículo 315 de la Constitución Política, y el Artículo 23 de la Ley 136 de 1994, presentó a consideración de esta Corporación el Proyecto de Acuerdo No.056 **“POR EL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MAYOR, MENOR, ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL, PUBLICIDAD EN AMOBLAMIENTO URBANO Y AVISOS EN EL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”.**

El señor Alcalde de la Ciudad, el Doctor **NORMAN MAURICE ARMITAGE CADAVID** radicó para estudio de esta Corporación el día 06 de octubre de 2017 el Proyecto de Acuerdo No.056 **“POR EL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MAYOR, MENOR, ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL, PUBLICIDAD EN AMOBLAMIENTO URBANO Y AVISOS EN EL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”.**

La Presidenta de la Corporación, Honorable Concejala **TANIA FERNÁNDEZ SÁNCHEZ** mediante resolución No. 21.2.22.518 del 09 de octubre de 2017, designó como ponente del Proyecto de Acuerdo No.056 al Honorable Concejal **CARLOS ANDRÉS ARIAS RUEDA.**

La Comisión de Plan y Tierras dio apertura al estudio del Proyecto de Acuerdo No.056 el día 11 de octubre de 2017, con la presencia del Honorable Concejal Ponente **CARLOS ANDRÉS ARIAS RUEDA**, los representantes de la Administración Municipal, SECRETARÍA DE HACIENDA, DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE GESTIÓN JURIDICA, EL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN y los miembros de la Comisión Segunda o de Plan y Tierras como también la presencia de otros Honorables Concejales.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS DEL PROYECTO

MARCO CONSTITUCIONAL Y LEGAL

Artículo 2, los fines esenciales del Estado. En concordancia se tienen los Derechos Sociales, Económicos y Culturales, de naturaleza prestacional o asistencial y de contenido programático.

De igual forma, se tiene que la propiedad es una función social que implica obligaciones y como tal le es inherente una función ecológica, de acuerdo a lo dispuesto en el Artículo 58 ídem.

Por su parte el Artículo 82 de la Carta establece: “Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular”.

De igual forma, es pertinente resaltar que el Artículo 313 de la Carta expresa: “Corresponde a los concejos:

1....

...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.

A nivel Nacional se sustenta este acuerdo en la siguiente normatividad:

- Ley 99 de 1993 – Ley General ambiental de Colombia
- Ley 136 de 1994 – Régimen Municipal Colombiano
- Ley 140 de 1994 – Por la cual se reglamenta la publicidad exterior visual en Colombia
- Ley 388 de 1997 - Ley de Ordenamiento territorial
- Ley 1551 de 2012 - Por la cual se dictan normas para la modernización y funcionamiento de los Municipios.
- Ley 1801 de 2016 – Código Nacional del Policía

A nivel local se tienen la siguiente normatividad:

- Acuerdo Municipal No.0373 de 2014 Plan de Ordenamiento Territorial
- Acuerdo Municipal No.179 de 2006
- Plan de Desarrollo Municipal 2016 – 2019 Cali progresa contigo

III. INFORME DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

- El día 11 de octubre de 2017, se da apertura al proyecto de acuerdo No.056
- El día 24 de octubre de 2017 hace su presentación y justificación del proyecto el Departamento Administrativo de Gestión Jurídica, argumentando la conveniencia del proyecto y la competencia que radica en cabeza de la Corporación para reglamentar lo concerniente a la publicidad exterior visual.
- El día 26 de octubre hace su presentación el Departamento Administrativo de Hacienda Municipal, indicando la importancia del proyecto pues de él se derivan ingresos para el Municipio por concepto de impuesto a la instalación de vallas de publicidad exterior visual.
- El Departamento Administrativo de Planeación inicia su presentación del proyecto el día 30 de octubre, analizando y explicando cada Artículo, aclarando las inquietudes de los concejales, y comprometiéndose para contestar los interrogantes que requerían análisis técnico más profundo.
- Dicha sustentación se prolonga por varias jornadas, inclusive se dedica una sesión de la Comisión para contestar todos los cuestionarios presentados por los Concejales, entregando material físico tanto de la presentación como de las respuestas a los planteamientos hechos por los miembros de la Corporación.
- Igualmente el día 21 de noviembre hace su presentación la Subsecretaría de Seguridad y Justicia en lo referente a la articulación de la Administración con la Policía Nacional en lo que respecta a las sanciones y el desmonte de la

publicidad exterior visual y sus competencias desde el marco del nuevo Código Nacional de Policía.

- Por su parte el Departamento Administrativo para la Gestión del Medio Ambiente – DAGMA, plantea la necesidad de proteger el medio ambiente y certifica la importancia de este proyecto, pues incluye prohibiciones de instalación de publicidad en zonas de protección de acuíferos, árboles de especies notables y la necesidad de proteger del impacto visual que generan las pantallas electrónicas; igualmente manifiesta que los publipostes deben tener como excepción la publicidad institucional.
- Por proposición del Honorable Concejal Roberto Rodríguez, se cita a EMCALI para que entregue informe sobre el pago del servicio de energía eléctrica de las empresas vallerías de Cali; efectivamente el ingeniero Gustavo Jaramillo hace la presentación y entrega a la corporación la información requerida, la cual hace parte del archivo de este proyecto de acuerdo.
- La Secretaría de Desarrollo Económico, sustentó la importancia del Proyecto de Acuerdo y cómo desde su despacho se puede movilizar el comercio con la publicidad exterior como agente dinamizador de la economía.
- El Doctor Nicolás Orejuela, presidente de Metrocali, sustentó ante la Comisión la importancia del proyecto para generar ingresos por publicidad exterior visual al sistema de transporte masivo MIO; teniendo en cuenta que es una fuente alternativa contemplada en el Plan Nacional de Desarrollo para generar sostenibilidad al sistema; presentando diferentes escenarios de ingresos por venta de publicidad superiores a los siete mil millones de pesos.
- Se convocó a la empresa EUCOL en dos ocasiones, siendo desatendido el llamado de la Corporación, quedando en evidencia la poca disposición por parte de dicha empresa que es la encargada de la explotación del mobiliario urbano en la ciudad de Cali.
- En cumplimiento a la Constitución Política Nacional, el Reglamento Interno de la Corporación Resolución No. 21.2.22-583 de Septiembre 30 de 2013, la cual Reglamenta la Participación Ciudadana en el estudio de Proyectos de Acuerdo del Concejo Municipal, se ordenó la apertura del libro y el enlace en la página web para la inscripción de ciudadanos a partir del 06 de octubre de

2017 con el fin de garantizar el derecho a la Participación Ciudadana. La apertura del libro se socializó a través de la página web del Concejo, en diferentes medios de comunicación y en redes sociales.

- En el cierre del libro de Participación Ciudadana se dio de acuerdo al Reglamento Interno del Concejo Municipal de Santiago de Cali, el día 24 de noviembre de 2017.
- El día 24 de noviembre de 2017, se llevó a cabo la participación ciudadana con la no asistencia de unos y la intervención de otros que a continuación se relacionan:
 1. Rosa Ingrid Vergara, quien participó
 2. Diana Paola López, quien no asistió
 3. ansufran@univalle.edu.co, quien no asistió
 4. Andrés Lozano, quien participó
 5. Juan Carlos Ríos, quien participó

Igualmente se sometió a consideración de la Comisión y fue aprobada la posibilidad de escuchar al señor José Manuel Bedoya en su calidad de gerente la Cooperativa de Vendedores de la Economía Informal de Colombia.

- El día 5 de diciembre de 2017, sustentó el jefe de la oficina de Comunicaciones de la Alcaldía, la necesidad de la Administración de tener canales institucionales para comunicar a la ciudadanía caleña campañas cívicas, educativas e institucionales en los publipostes, evidenciando que dicho canal puede ser también empleado por la corporación.
- El Concejal Diego Sardi de Lima se declaró impedido para votar el proyecto toda vez que la empresa de propiedad de su familia tiene vehículos que portan publicidad exterior visual.
- El Concejal Flower Rojas, formuló varias preguntas a la Administración, planteó interrogantes e hizo proposiciones que serán detallados en el informe de modificaciones.

- El Concejal Juan Manuel Chicango, igualmente presentó proposiciones sobre la publicidad electrónica o digital entre otras, las cuales serán plasmadas en el informe de modificaciones.
- La Concejala Clementina Vélez se pronunció sobre la necesidad de prohibir los pendones y los pasacalles.
- La Concejala Alexandra Hernández presentó por escrito a la Administración y al Ponente sus proposiciones, las cuales serán evidenciadas en el informe de modificaciones.
- El Concejal Jacobo Nader, igualmente presentó por escrito a la Administración y al Ponente sus proposiciones, las cuales serán evidenciadas en el informe de modificaciones.
- CAMACOL Valle, también envió vía electrónica sus observaciones al Proyecto de Acuerdo, las cuales fueron compartidas a todos los Concejales de la Comisión.
- El día 6 de diciembre se solicitó por parte del concejal ponente CARLOS ANDRÉS ARIAS RUEDA, el cierre del estudio del Proyecto de Acuerdo No.056 **“POR EL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MAYOR, MENOR, ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL, PUBLICIDAD EN AMOBLAMIENTO URBANO Y AVISOS EN EL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”**, el cual fue aprobado por los miembros de la Comisión Segunda o de Plan y Tierras; el señor Presidente de la Comisión fijó fecha para ponencia de Primer Debate el día 7 de diciembre de 2017.

Por lo anterior y conforme al contenido de la iniciativa radicada para estudio por la Administración Municipal y el estudio realizado al interior de la Comisión, solicito a los Honorables Concejales me acompañen en Comisión para la aprobación en Primer Debate del Proyecto de Acuerdo No.056 de 2017.

IV. INFORME DE MODIFICACIONES

Durante el estudio del Proyecto de Acuerdo No.056 **“POR EL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MAYOR, MENOR, ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL, PUBLICIDAD EN AMOBLAMIENTO URBANO Y AVISOS EN EL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”**, en la Comisión Segunda o de Plan y Tierras se introdujeron al proyecto las modificaciones que a continuación se relacionan:

1. En el numeral 14 del Artículo 4, adicionar en la parte final la expresión “Los cuales pueden contener publicidad exterior visual”, en consecuencia el Numeral 14 del art 4 quedará así:

Mobiliario Urbano: se entiende por mobiliario urbano el conjunto de elementos colocados en el espacio público, a instancias de la administración, para el servicio, uso y disfrute del público, y que hacen parte del medio ambiente urbano y del espacio público de la ciudad, los cuales pueden contener publicidad exterior visual en las condiciones que determinen las autoridades que ejerzan el control y la vigilancia de estas actividades.

Proposición presentada por los Concejales Juan Manuel Chicango y Juan Carlos Olaya, la cual fue aprobada en Comisión.

2. En el Artículo 7, modificar de 3 a 2 carriles y pasar de 120 a 100 metros. En consecuencia el Artículo 7 quedará así:

ARTÍCULO 7º: UBICACIÓN, DISTANCIA Y NÚMERO DE VALLAS: Se permitirá la ubicación de la publicidad exterior visual de que trata la Ley 140 de 1994, ya sea sobre estructura tubular o cercha, en los inmuebles con frente sobre vías arterias principales -VAP, secundarias -VAS y colectoras -VC, que tengan como mínimo dos (2) carriles, de acuerdo al plano de jerarquización vial incluido en el anexo 6 del Acuerdo 0373 de 2014, con excepción de los sitios prohibidos determinados en la misma Ley, en el Artículo 271 del Plan de Ordenamiento Territorial y en los demás que se establezcan en el presente Acuerdo. Sólo se permite la destinación de una valla por estructura, que podrá contener publicidad a doble faz, de conformidad con el Plan de Ordenamiento Territorial. La distancia

mínima de una valla con las más próximas no podrá ser inferior a ciento sesenta (160) metros medidos de forma lineal y por el mismo costado vehicular, sin perjuicio de las vallas que a la fecha de la aprobación del presente acuerdo se encuentren en un rango de ciento veinte (120) a ciento sesenta (160) metros. Lo anterior, siempre que exista una sección vial de mínimo cuarenta metros (40m) y cuente con separador vial, de no presentarse la anterior condición, la forma de medición será lineal y por el mismo sentido de la vía.

Proposición presentada por los Concejales Juan Carlos Olaya y Clementina Vélez, la cual fue aprobada en Comisión.

3. Eliminar los Parágrafos 1, 2 y 4, pues no se encuentran armonizados con el Artículo 7 del Proyecto de Acuerdo

Proposición presentada por el Concejal Flower Rojas, la cual fue aprobada en Comisión.

4. En el Artículo 9, Punto I, eliminar el literal k) ya que está al arbitrio del funcionario en vigencia, extralimitarse en la exigencia de documentación previa al registro.

k) Demás información que el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico considerare necesaria.

Proposición presentada por los Concejales Juan Manuel Chicango y Juan Carlos Olaya, la cual fue aprobada en Comisión.

5. Artículo 12, segundo párrafo: eliminar oración final para armonizar con el Parágrafo del Artículo 9 (reserva de datos). En consecuencia quedará así:

... ” Todo registro se identificará con un número y un código QR asignados por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, los cuales serán almacenados en la base de datos física y electrónica a cargo de la Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico.”

Proposición presentada por el Concejal Juan Manuel Chicango

6. Artículo 14, cambiar la vigencia del registro de 1 a 3 años. En consecuencia quedará así:

ARTÍCULO 14º: VIGENCIA DEL REGISTRO. El registro para la ubicación de la valla o elemento estructural, valla electrónica y/o digital, se concederá por tres (3) años contados a partir de la expedición del mismo, sin perjuicio de las obligaciones tributarias que se generen anualmente. Cumplido el término, el titular del registro podrá solicitar prórroga por el mismo término inicialmente concedido.

Proposición presentada por el Concejal Juan Manuel Chicango

7. Artículo 15, eliminar oración al final del párrafo: “incluyendo las vallas ubicadas sobre inmuebles contruidos o denominadas culatas”. En consecuencia quedará así:

ARTÍCULO 15º: DIMENSIONES DE LA PUBLICIDAD PARA VALLAS PUBLICITARIAS. La dimensión total de la publicidad exterior visual sobre un mismo lado o cara de la valla o elemento estructural, no podrá ser superior a cuarenta y ocho (48) metros cuadrados.

Proposición presentada por el Concejal Juan Manuel Chicango

8. Adicionar PARÁGRAFO. En consecuencia quedará así:

PARÁGRAFO. En el caso de las vallas ubicadas sobre las culatas de inmuebles contruidos, su tamaño podrá ser superior a los cuarenta y ocho (48) metros cuadrados, ocupando así la totalidad de la culata sin que esta sobrepase los costado de dicho inmueble.

Proposición presentada por el Concejal Juan Manuel Chicango

9. Artículo 17, primer párrafo, eliminar código QR. En consecuencia quedará así:

ARTÍCULO 17º: PUBLICIDAD DEL REGISTRO. En la parte inferior derecha o izquierda, según el sentido de la vía en que se ubique, se deberá publicar el número de registro de Publicidad Exterior Visual de manera que permita visibilidad y lectura clara desde el Espacio Público.

Proposición presentada por los Concejales Juan Manuel Chicango y Juan Carlos Olaya, la cual fue aprobada en Comisión.

10. Artículo 20, numeral 9) modificar literal a) cambiando denominación y delimitación de la vía. En consecuencia quedará así:

9. En los inmuebles ubicados con frente sobre las siguientes vías:

a) Carrera 1 y Carrera 1A, en el tramo comprendido entre la Autopista Oriental y el Puente del Paso del Comercio.

b) Vías marginales de los ríos Cauca, Pance, Cali, Cañaveralejo, Lili, Meléndez y Aguacatal.

11. Artículo 20, numeral 10) cambiar de 80 a 60 metros. En consecuencia quedará así:

10). A menos de sesenta (60) metros de las glorietas e intersecciones no semaforizadas definidos por la Secretaría de Movilidad o quien haga sus veces.

Proposición presentada por los Concejales Carlos Andrés Arias y Juan Manuel Chicango, la cual fue aprobada en Comisión.

12. El Artículo 25 se modificaría quedando así:

ARTÍCULO 25: ALTURA DE LAS VALLAS O ELEMENTOS ESTRUCTURALES.

La dimensión máxima entre el límite superior del tablero y el límite inferior de su estructura tubular, no será mayor a 25 metros. Si este supera el límite establecido en el presente Acuerdo, deberá anexarse plano constructivo que garantice la estabilidad en altura y de instalación en la cimentación, el cual será avalado por el Departamento Administrativo de Planeación conforme a la norma de sismo resistencia NSR-10 o cualquiera que la modifique, adicione o sustituya.

Proposición presentada por los Concejales Flower Rojas y Juan Manuel Chicango, la cual fue aprobada en Comisión.

13. Artículo 28, primer párrafo, cambiar el plazo de treinta (30) días hábiles a seis (6) meses. En consecuencia quedará así:

ARTÍCULO 28º: VALLAS O ELEMENTOS ESTRUCTURALES EXISTENTES.

La valla o elementos estructurales y la publicidad exterior visual que se encuentre instalada y que no cumpla con la reglamentación establecida en el presente Acuerdo, deberá ser removida, trasladada o modificada, según sea el caso, para lo cual se le concede al propietario un plazo de seis (6) meses a partir de la sanción del presente acuerdo de conformidad con lo dispuesto en el parágrafo 1 del presente artículo. Vencido el plazo, de presentarse el mismo supuesto factico descrito en el precepto, en cualquier tiempo y en todas las oportunidades en que esto ocurra, se dará aplicación a lo dispuesto en el Parágrafo 1 del presente artículo, con el fin de dirimir dichas controversias.

Proposición presentada por el Concejal Juan Manuel Chicango, la cual fue aprobada en Comisión.

14. Artículo 28, parágrafo 2. Cambiar plazo de treinta (30) días hábiles a seis (6) meses. En consecuencia quedará así:

PARÁGRAFO 2º: Las vallas o elementos estructurales que deban ser retiradas con ocasión de lo señalado en el presente Artículo, contarán igualmente con un plazo de seis (6) meses a partir del día siguiente de la notificación para ser retiradas. Al propietario que se le asigne la ubicación de la valla debe proceder con el debido registro ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico.

Proposición presentada por el Concejal Juan Manuel Chicango, la cual fue aprobada en Comisión.

15. Artículo 28, parágrafo 3. Cambiar plazo de un (1) mes a dos (2) meses. En consecuencia quedará así:

PARÁGRAFO 3º : Los propietarios de vallas o elementos estructurales ya instalados a la fecha de entrada en vigencia del presente Acuerdo que no tengan registro vigente, deberán presentar ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la solicitud de registro dentro de los dos (2) meses siguientes a la publicación del presente Acuerdo. El Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico informará dentro de los tres (3) meses siguientes a la publicación del presente

Acuerdo, cuales vallas o elementos estructurales no cumplen con los requisitos exigidos en el mismo .

Proposición presentada por el Concejal Juan Manuel Chicango, la cual fue aprobada en Comisión.

16. Artículo 49, literal b), se modifica contenido y se adiciona oración al final. En consecuencia quedará así:

b) El setenta por ciento (70%) del aviso deberá ser destinado a la publicación de mensajes institucionales o cívicos y únicamente un treinta por ciento (30%) podrá contener el logotipo de la empresa que realice el mantenimiento. En todo caso, no podrá contener información comercial.

Proposición presentada por el Concejal Juan Manuel Chicango, la cual fue aprobada en Comisión.

17. Artículo 56, se ajusta la definición de minivallas. En consecuencia quedará así:

ARTÍCULO 56. Se permite la instalación de minivallas con un área de nueve (9) hasta doce (12) metros cuadrados con una altura máxima de instalación de 7m medidos a partir de terreno, dichos elementos se instalarán en lotes sin construir, anclados sobre una estructura de material estable y resistente a la intemperie.

18. Artículo 56, PARÁGRAFO, se modifica. En consecuencia quedará así:

PARÁGRAFO: para todos los efectos, cada minivalla estará constituida por una sola cara publicitaria y su medida será la del tablero que exhibe la publicidad. La distancia entre una minivalla y otra será de ciento veinte (120) metros medidos en forma lineal y por cada costado vehicular.

Proposición presentada por los Concejales Juan Manuel Chicango y Juan Carlos Olaya, la cual fue aprobada en Comisión.

19. Artículo 72, se modifica la dimensión máxima de vallas electrónicas, pasa de 12 a 24 metros cuadrados. En consecuencia quedará así:

ARTÍCULO 72º: DIMENSIONES. Se permite la instalación de vallas de publicidad electrónica y/o digital las cuales deberán tener una dimensión de (08) hasta (16) metros cuadrados. Los módulos que conforman la pantalla electrónica deberán estar instalados en un mismo plano continuo y de proyección vertical.

Proposición presentada por el Concejal Óscar Ortiz, la cual fue aprobada en Comisión.

20. Artículo 73. Se elimina el literal a).

Proposición presentada por el Concejal Juan Manuel Chicango en nombre de la Bancada del Partido Liberal, la cual fue aprobada en Comisión.

21. Artículo 77, se modifica el literal e). En consecuencia quedará así:

e) Los signos de mensajería electrónica no deberán exceder de una luminosidad máxima de 5000 NITS (candelas por metro cuadrado) durante el día, y 500 NITS (candelas por metro cuadrado) entre las 6:00p.m. y la 1:00a.m. Después de este horario deberán ser apagadas. Esta densidad será medida desde la cara frontal del elemento publicitario

Proposición presentada por los Concejales Juan Manuel Chicango y Clementina Vélez, la cual fue aprobada en Comisión.

22. Artículo 79, se modifica el ente regulador cambiando de Administración Municipal a Concejo Municipal. En consecuencia quedará así:

ARTÍCULO 79º: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA. Las innovaciones tecnológicas que surjan en materia de publicidad electrónica y no se puedan regular por lo establecido en este Acuerdo, serán reglamentadas por el Concejo Municipal.

Proposición presentada por los Concejales Juan Manuel Chicango y Óscar Ortiz, la cual fue aprobada en Comisión.

23. Artículo 104, se modifica el primer párrafo. En consecuencia quedará así:

ARTÍCULO 104°: RÉGIMEN SANCIONATORIO. El Propietario de la Publicidad exterior visual que incurra en lo dispuesto en el numeral 12 del artículo 140 de la Ley 1801 de 2016, será sancionado de conformidad con lo establecido en el párrafo 2 del mismo artículo y las demás normas que lo complementen, adicionen o modifiquen.

Proposición presentada por el Concejal Flower Rojas, la cual fue aprobada en Comisión.

24. Artículo 108, se modifica título y contenido. En consecuencia quedará así:

ARTÍCULO 108: TITULARIDAD DE LA POTESTAD SANCIONATORIA. Las sanciones dispuestas en la Ley 1801 de 2016 en su artículo 140 Parágrafo 2, respecto de quienes incurran en la prohibición dispuesta en el numeral 12 del mismo artículo, serán impuestas por la Secretaría de Seguridad y Justicia a través de la Subsecretaría de Acceso a Servicios de Justicia y por intermedio de los Inspectores de Policía y/o Corregidores.

Proposición presentada por el Concejal Flower Rojas, la cual fue aprobada en Comisión.

25. Artículo 110, se modifica, en consecuencia el primer párrafo del artículo 104 quedará así:

ARTÍCULO 110°: PROCEDIMIENTO. La Secretaría de Seguridad y Justicia a través de la Subsecretaría de acceso a servicios de Justicia y por intermedio de los Inspectores de Policía y/o Corregidores deberá adoptar las medidas previstas en el Código Nacional de Policía y Convivencia, Ley 1801 de 2016 en su artículo 140, parágrafo 2 y las demás normas que lo complementen, adicionen o modifiquen, respecto de quienes incurran en la prohibición dispuesta en el numeral 12 del mismo artículo e iniciar el debido procedimiento administrativo sancionatorio, dentro de los diez (10) días siguientes a la recepción del informe enviado por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal y/o Subsecretaría de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico.

Proposición presentada por el Concejal Flower Rojas, la cual fue aprobada en Comisión.

26. Artículo 115, se adiciona artículo DISPOSICIONES TRANSITORIAS. En consecuencia, el ARTÍCULO 115° VIGENCIA Y DEROGATORIA pasa a ser ARTÍCULO 116 y quedará así:

ARTÍCULO 115°: DISPOSICIONES TRANSITORIAS. La publicidad exterior visual mayor, cuya instalación hubiese sido autorizada antes de la entrada en vigencia del presente Acuerdo, podrá seguir instalada durante el plazo concedido por el permiso respectivo y en las condiciones autorizadas por este, así mismo se deberán evacuar las solicitudes de registro pendientes, es decir, las que se hicieron antes de la entrada en vigencia del presente Acuerdo.

Proposición presentada por el Concejal Óscar Ortiz, la cual fue aprobada en Comisión.

27. MODIFÍQUESE el numeral 6 del Artículo 4 el cual quedará de la siguiente manera:

Cartelera: Elemento vertical con material apto para la intemperie que hace parte del mobiliario urbano y que se instala en espacio público ubicado sobre una base a nivel de piso, para que a ellos se adose publicidad con el fin de entregar información de interés general.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

28. MODIFÍQUESE el numeral 8 del Artículo 4 el cual quedará de la siguiente manera:

Culata: es el muro sin vista o aberturas de una edificación que colinda lateral o posteriormente con propiedades vecinas.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

29. MODIFÍQUESE el numeral 17 del Artículo 4, el cual quedará de la siguiente manera:

Valla Publicitaria Electrónica: elemento publicitario que utiliza sistemas electrónicos o digitales para su funcionamiento, mediante el cual se exhiben anuncios publicitarios con movimiento, cambiante mediante mecanismos o mandos electrónicos.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

30.ELIMÍNESE el numeral 24 del Artículo 4 :

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

31.ADICIÓNENSE al Artículo 4 las siguientes definiciones:

- **Puntos Ecológicos:** Lugar destinado para la ubicación de cestos, canecas o contenedores para separar residuos sólidos que se encuentran demarcados y señalizados de conformidad con las disposiciones adoptadas por el manual del plan de gestión integral de residuos sólidos de Santiago de Cali (PGIRS) o el documento técnico que lo adicione, modifique o sustituya.
- **Minivallas:** Elemento de Publicidad Exterior Visual con un área de publicidad entre nueve (9) hasta doce (12) metros cuadrados, instalada en lotes sin construir sobre una estructura de material estable y resistente a la intemperie. Cada minivalla estará integrada por la cara publicitaria y su estructura y su altura máxima de instalación será de siete (7) metros medidos a partir de terreno.
- **Video Mapping:** publicidad exterior visual sin sonido que proyecta o despliega una animación o imágenes sobre superficies.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

32.ADICIÓNENSE los literales l, m y n del numeral l del Artículo 6, el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 6°: CLASIFICACIÓN. La Publicidad Exterior Visual se clasifica según su naturaleza, su instalación y su contenido.

I. NATURALEZA

- a) Afiches
- b) Avisos Comerciales
- c) Dummies o inflables
- d) Vallas de Publicidad Electrónica y/o digital
- e) Publicidad Móvil
- f) Pendones
- g) Vallas Publicitarias
- h) Pasacalles
- i) Publicidad Aérea
- j) Publicidad en elementos complementarios del mobiliario urbano
- k) Publipostes
- l) Puntos ecológicos
- m) Minivallas
- n) Video mapping

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

33.ELIMÍNESE el literal d) del numeral III, el cual quedará de la siguiente manera:

.....

III. CONTENIDO

- a) Comercial
- b) Institucional
- c) Político

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

34.MODIFÍQUESE el literal b) del parágrafo 5 del Artículo 7, el cual quedará de la siguiente manera:

b) Podrán contener la información establecida para las vallas de construcción que trata el Artículo 92 del presente Acuerdo.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

35.ELIMÍNESE el literal g) del numeral II del Artículo 9 ya que pasa a integrar el literal f); en consecuencia el literal f) queda de la siguiente manera:

...

f) Para solicitudes de publicidad en vehículo automotor deberá aportarse la Certificación original expedida por la Secretaría de Movilidad, determinando el número de vehículos que integran el parque automotor de la empresa que solicita el registro, únicamente para el caso de publicidad móvil en vehículos de servicio público, Colectivo individual o de transporte masivo.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

36.MODIFÍQUENSE los literales b) y el i) del numeral II del Artículo 9, los cuales pasan a ser en su orden el b) y el h)

II. Adicional a la información suministrada, se deberán anexar los siguientes documentos físicos o digitalizados, según la forma en que se realice el trámite:

a) Foto montaje del elemento publicitario a instalar y sus características, enmarcado en un cono visual donde se proyecte el entorno urbanístico del sector.

h) Documento de autorización expresa de instalación del elemento publicitario, suscrito entre el operador o propietario del elemento de Publicidad Exterior Visual y el titular del inmueble o tenedor, en este último caso se deberá aportar, para tal efecto, autorización escrita o acreditación del propietario del inmueble. Este requisito será únicamente exigible para publicidad exterior visual en vallas publicitarias y vallas electrónicas digitales o Led.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

37. MODIFÍQUESE el numeral III del Artículo 9 el cual quedará de la siguiente manera:

III. Para los elementos de Publicidad Exterior Visual de dimensiones mayores a ocho (8) metros cuadrados, como las vallas publicitarias, vallas de publicidad electrónica digital o led, deberán también aportar:

- a) Certificado de estudio de suelos, cimentación y resistencia de la estructura, elaborado por un ingeniero civil con Tarjeta Profesional vigente.
- b) Póliza de Responsabilidad Civil Extracontractual que ampare la responsabilidad que se derive a la Administración y al titular del registro como consecuencia del daño eventual que se genere a terceros, dicha garantía deberá identificar el elemento publicitario asegurado en sus anexos y su cuantía será la que defina la Administración Municipal.
- c) Certificación de viabilidad del servicio, emitido por el Departamento de Control de energía de la empresa prestadora de Servicios Públicos. En el caso de solicitar prórroga, recibo de pago del servicio público del último mes. Una vez instalado el elemento publicitario, se deberá aportar fotocopia del contrato de prestación de servicios de energía eléctrica e indicar el número del contador instalado.
- d) Fotomontaje del vehículo con la publicidad expuesta donde se especifiquen las dimensiones de la publicidad.

PARÁGRAFO: En todos los casos la información aportada por el solicitante a efectos del registro será protegida y de uso exclusivo de la Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico del Departamento Administrativo de Planeación Municipal de conformidad con el Decreto 1377 de 2013 reglamentario de la Ley 1581 de 2012 sobre protección de los datos personales.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

38. MODIFÍQUESE el Parágrafo 2 del Artículo 11 el cual quedará de la siguiente manera:

PARÁGRAFO 2°. El trámite para la expedición del registro de Publicidad Exterior Visual podrá ser realizado de manera electrónica, de acuerdo con el procedimiento establecido a través del sistema automatizado en línea SAUL y que se encuentra definido a través del formato de diseño de procedimientos contenido en el Artículo 6 del Decreto 559 de 2015. En todos los casos la información aportada por el solicitante a efectos del registro será protegida y de uso exclusivo de la Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico del Departamento Administrativo de Planeación Municipal de conformidad con el Decreto 1377 de 2013 reglamentario de la Ley 1581 de 2012 sobre protección de los datos personales.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

39. MODIFÍQUESE el literal b) del Artículo 13 el cual quedará de la siguiente manera:

- a. El solicitante no cuente con matrícula mercantil vigente y certificación de registro para desarrollar la Publicidad Exterior Visual en el Municipio de Santiago de Cali.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

40. MODIFÍQUESE el parágrafo del Artículo 14 el cual quedará de la siguiente manera:

PARÁGRAFO: Cuando el propietario de la valla o elemento estructural, vallas electrónicas y/o digitales y publicidad en vehículo automotor, modifique la

publicidad exterior visual registrada inicialmente, deberá informar dichas modificaciones ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal-Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico. Dicho informe se deberá efectuar, a más tardar, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la modificación, aportando fotografía actualizada.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

41. ADICIÓNASE el literal e) al Artículo 16 del Acuerdo el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 16º: PÉRDIDA DE VIGENCIA DEL REGISTRO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Los permisos o autorizaciones de Publicidad Exterior Visual perderán su vigencia cuando expiren las prórrogas debidamente concedidas, cuando los fundamentos de hecho y de derecho con base en los cuales se aprobaron cambien, cuando se efectúen modificaciones a la publicidad exterior visual sin solicitar la actualización del permiso dentro del término establecido en el presente Acuerdo o cuando se instale la publicidad exterior visual en condiciones diferentes a las autorizadas.

También perderán vigencia en los siguientes casos:

- e) Cuando el elemento publicitario no sea instalado en el término de Dos (2) meses contados a partir de la expedición del registro que apruebe su instalación.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

42. MODIFÍQUESE el Artículo 23 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 23º: UBICACIÓN DENTRO DE LOS PREDIOS. Además de los requerimientos contenidos en el Artículo 4º de la Ley 140 de 1994, las vallas, vallas electrónicas y/o digitales o elementos estructurales que contienen publicidad exterior visual en la zona urbana del Municipio de Santiago de Cali deberán ubicarse dentro de los inmuebles a partir de la línea de construcción o paramento, y no podrán sobresalir sobre los costados de los inmuebles

construidos, los predios colindantes ni sobre el espacio público, tampoco ocupar las áreas pertenecientes a espacio público. Lo anterior es también aplicable a los elementos de iluminación artificial, en los casos que los posean. Ninguna valla publicitaria o valla electrónica podrá atravesar la cubierta del inmueble, ni las placas que separan sus pisos.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

43. MODIFÍQUESE el Parágrafo 1 del Artículo 24 el cual quedará de la siguiente manera:

PARÁGRAFO 1º: El Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente -DAGMA, será la dependencia encargada de evaluar si la valla, el elemento estructural y la publicidad producen impacto ambiental negativo por luminosidad. En caso positivo deberá enviar el concepto técnico correspondiente al Departamento Administrativo de Planeación Municipal- Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, para que se ordene la modificación de la valla, valla Electrónica y/o digital o elemento estructural. En caso de renuencia se aplicarán las disposiciones contenidas en el Capítulo II del Título IX del presente Acuerdo.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

44. MODIFÍQUESE el numeral 1 del parágrafo 1 del Artículo 24 el cual quedará de la siguiente manera:

1. La bombilla o sistema de iluminación, este instalada horizontalmente-paralela al suelo- y que dirijan el flujo luminoso únicamente hacia arriba; además de evitar sobredimensionar las instalaciones y no proyectar luz más allá de la zona de interés, para evitar molestias a los vecinos.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

45. MODIFÍQUESE el Artículo 25 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 25º: ALTURA DE VALLAS PUBLICITARIAS O ELEMENTOS ESTRUCTURALES. La dimensión máxima entre el límite superior del tablero y el límite inferior de su estructura tubular, no será mayor a quince (15) metros. Cuando una valla supere la altura señalada en el presente Artículo, se requerirá estudio técnico que garantice la estabilidad de la estructura y estudios de suelo, los cuales serán sometidos a estudio por parte del Departamento Administrativo de Planeación Municipal, quien determinará la viabilidad de su instalación de conformidad con las normas establecidas para tal fin.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

46. MODIFÍQUESE el párrafo primero del Artículo 26 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 26º: LAS VALLAS PUBLICITARIAS, VALLAS ELECTRONICAS Y/O DIGITALES Y LAS ESPECIES ARBÓREAS. Para la instalación de la valla o elemento estructural, no se podrá intervenir ninguna especie arbórea o afectar su estructura y desarrollo funcional; tampoco podrá localizarse entre sus ramas, tronco o raíces ningún tipo de publicidad o parte de su estructura.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

47. MODIFÍQUESE el párrafo primero del Artículo 27 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 27º: PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN VÍAS REGIONALES. En las vías regionales Cali-Jamundí (desde el río Lili hasta el río Jamundí), y Cali- Puerto Tejada (a partir del cruce con la vía Cali-Jamundí) la valla, valla electrónica y/o digital o el elemento estructural y la publicidad exterior visual de que trata la Ley 140 de 1994, deberá estar ubicada a una distancia mínima de quince (15) metros lineales a partir del borde de la calzada. La publicidad de

la valla, valla electrónica, digital o elemento estructural deberá instalarse cada doscientos cuarenta (240) metros.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

48. ADICIÓNENSE el párrafo al Artículo 32 el cual quedará de la siguiente manera:

PARÁGRAFO: “En todos los casos la Dependencia encargada de expedir la licencia de intervención y ocupación del espacio público será el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, de conformidad con las disposiciones del Decreto 1077 de 2015 o las normas que lo modifiquen, adicionen o sustituyan.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

49. MODIFÍQUENSE los párrafos finales del Artículo 36, los cuales quedarán de la siguiente manera:

PARÁGRAFO 2º En los centros comerciales y almacenes de grandes superficies, de existir uno o más avisos con logo o distintivo del mismo establecimiento y estos superen el área de 8 metros cuadrados, serán responsables del pago del impuesto de publicidad exterior visual conforme lo establece el inciso segundo del Artículo 15 de la Ley 140 de 1994 y el Acuerdo 0259 de 2015 o la norma que lo modifique adicione o sustituya.

PARÁGRAFO 3º: En los siguientes sectores, se buscarán mecanismos de armonización para la instalación de avisos en establecimientos de comercio que permitan minimizar la alteración del paisaje, dichas disposiciones serán construidas a través de talleres de participación para la elaboración de diseños y serán convocados por la Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico.

Parque Versailles
Plazoleta Jairo Varela

Parque Simón Bolívar Cali
Plaza de Caicedo
Plazoleta de San Francisco
Bulevar del Río Cali
Parque San Nicolás
Colina de San Antonio
Parque Panamericano
Loma de la Cruz
Calle Novena Frente a las Canchas Panamericanas
Monumento al Gato de Tejada
Parque del Perro
Parque del Peñón
Avenida San Joaquín (calle 16 con Carrera 105 y Carrera 105 con Calle 13)
Avenida sexta Norte (desde la Calle 13 hasta la 35)
Carrera 66 (entre Calles novena y Trece)
Avenida Novena Norte (desde la Calle Novena hasta la Calle 22)

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

50. MODIFÍQUESE el Artículo 47 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 47º: AVISOS LUMINOSOS. Sólo se permitirá la utilización de avisos luminosos sobre las fachadas de los establecimientos con frente a vías vehiculares con sección transversal mayor a diez (10) metros, con excepción de aquellos establecimientos que por disposición de autoridad competente deban iluminar su aviso en horario nocturno, como por ejemplo, las droguerías. En todo caso su dimensión será la misma establecida en el Art. 38 de este acuerdo.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

51. MODIFÍQUESE el Artículo 67 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 67º: VALLAS DE PUBLICIDAD ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL. Las vallas de publicidad electrónica son elementos publicitarios que utilizan sistemas

electrónicos o digitales para su funcionamiento, mediante las cuales se exhiben anuncios publicitarios con movimiento cambiante, mediante mecanismos o mandos electrónicos. Las vallas de publicidad electrónica podrán utilizar tecnología PLASMA, LED, y/o cualquier otro dispositivo de desarrollo tecnológico.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

52. MODIFÍQUESE el Artículo 68 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 68º: MENSAJE INSTITUCIONAL. Toda valla de publicidad electrónica deberá dedicar un 30% del tiempo de cada anuncio para la transmisión de mensajes institucionales, previamente aprobados por la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Santiago de Cali.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

53. MODIFÍQUESE el Artículo 69 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 69º: CONTROL. El operador publicitario deberá permitir la consulta remota y en línea del contenido transmitido por la valla de publicidad electrónica instalada en el Municipio de Santiago de Cali, suministrando el acceso a la URL a partir de la cual se transmite el contenido al Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico. Lo anterior, de acuerdo con los protocolos de seguridad que establezca el Departamento Administrativo de Planeación Municipal, de conformidad con el sistema electrónico de Publicidad Exterior Visual.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

54. MODIFÍQUESE el Artículo 70 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 70º: REGISTRO. La instalación de vallas de publicidad electrónica

deberá obtener registro de Publicidad Exterior Visual expedido por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, previo cumplimiento de los requisitos exigidos por este Acuerdo. El cobro estará sujeto al pago de derechos económicos por su instalación o funcionamiento, de conformidad con lo establecido en los Artículos 130 al 135 del Decreto extraordinario 411.0.20.0259 de 2015 y las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

55. MODIFÍQUENSE los literal a), b), c), y f) del Artículo 71 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 71º: CONDICIONES PARA SU INSTALACIÓN. La instalación de vallas de publicidad electrónica deberá cumplir con las siguientes condiciones:

- a) Deberá estar instalada sobre una estructura tubular, metálica o de otro material resistente, con sistemas fijos que se cimentaran por debajo del nivel de la superficie del predio. Deberán estar ubicadas a partir de la línea de paramento al interior de los predios en áreas libres de ocupación,.
- b) Las Vallas de publicidad electrónica y/o digital deberán estar instaladas sobre estructuras fijas, las cuales en ningún caso podrán generar movimiento o rotación de la pantalla.
- c) Las vallas electrónicas podrán utilizar únicamente una cara de su superficie para transmitir anuncios publicitarios.
- d) No se permite la transmisión de anuncios publicitarios con sonido.
- e) La estructura fija que soporta la valla electrónica no podrá atravesar la cubierta del inmueble ni las placas que separan sus pisos.
- f) Su instalación no podrá generar contaminación visual, de conformidad con lo establecido en el presente Acuerdo.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

56. MODIFÍQUESE el Artículo 72 del Acuerdo, el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 72º: DIMENSIONES. Se permite la instalación de vallas de publicidad electrónica y/o digitales las cuales deberán tener una dimensión de (08) hasta (12) metros cuadrados. Los módulos que conforman la valla electrónica deberán estar instalados en un mismo plano continuo y de proyección vertical.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

57. MODIFÍQUESE el Artículo 73 del Acuerdo el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 73º: UBICACIÓN. La ubicación de las vallas de publicidad electrónica estará sujeta a los siguientes requisitos:

Se podrán instalar únicamente en los lugares indicados en el presente Acuerdo.

- a) Solo para casos especiales relacionados con publicidad cívica se permite la instalación de vallas de publicidad electrónica en espacio público o privado.
- b) Está prohibida la afectación vial por instalación de vallas electrónicas y/o, digitales de dos (2) costados vehiculares y/o peatonales simultáneamente.
- c) Se permite la instalación de vallas electrónicas en el sector ubicado en la Calle Quince (15) entre carrera Diez (10) y Carrera segunda (2) sobre culatas de las edificaciones a lado y lado de la vía. La distancia entre vallas electrónicas no podrá ser inferior a Ochenta metros medidos en forma lineal y sobre cada costado.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

58. MODIFÍQUESE el literal e del Artículo 74, el cual quedará de la siguiente manera:

- d) Se prohíbe la instalación de vallas electrónicas y/o digitales en predios de actividad residencial neta y residencial predominante conforme a las disposiciones del Acuerdo 0373 de 2014 o las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

59. ADICIÓNENSE una oración al Artículo 75 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 75º: DISTANCIA. La distancia mínima que debe existir entre dos pantallas de publicidad electrónica y/o digital será de 300 metros radiales, a excepción del sector contemplado en el literal c) del Artículo 73 del presente acuerdo.

PARÁGRAFO 1: La distancia mínima que debe existir entre una valla publicitaria y una valla Electrónica y/o Digital, será de 160 metros medidos de forma lineal y en el mismo costado vehicular.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

60. MODIFÍQUESE el Artículo 76 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 76º: ALTURA. La altura máxima permitida para las pantallas de publicidad electrónica será de doce (12) metros, contados a partir del nivel del terreno del predio hasta la parte superior de la valla.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

61. MODIFÍQUESE el Parágrafo del artículo 92 el cual quedará así:

PARÁGRAFO: En lotes que cuenten con un área superior a mil (1000) metros cuadrados, podrá instalarse publicidad en dichos cerramientos y deberán estar separados por una distancia mínima de Cien (100) metros lineales medidos desde los bordes externos de cada elemento.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

62. MODIFÍQUESE el Título del artículo 98 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 98º: PUBLICIDAD INSTITUCIONAL EN VALLAS Y VALLAS ELECTRÓNICAS Y/O DIGITALES.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

63. MODIFÍQUESE el Artículo 100 el cual quedará de la siguiente manera:

ARTÍCULO 100º: INSTALACIÓN. Se podrán autorizar de manera temporal las vallas publicitarias, las vallas de publicidad electrónica, los dummies y pendones en los eventos, comerciales cultural e institucional de carácter transitorio que se lleven a cabo dentro del espacio público en el Municipio de Santiago de Cali. Su autorización estará sujeta al cumplimiento de los requisitos establecidos en el presente Acuerdo para el funcionamiento e instalación de cada elemento publicitario, con excepción de la distancia establecida para cada uno de ellos.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

64. MODIFÍQUESE el tercer Párrafo del Artículo 103 el cual quedará de la siguiente manera:

La instalación de todo elemento publicitario con el fin de realizar propaganda electoral, estará sujeta a los términos y condiciones establecidos en este Acuerdo y en la reglamentación que se expida por el Ente Municipal respecto a la forma, características, lugares y condiciones para la fijación de publicidad electoral.

Proposición presentada por el Departamento Administrativo de Planeación, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la cual fue aprobada en Comisión.

V. CONVENIENCIA.

En este contexto, es competencia exclusiva por mandato Constitucional y legal de los Concejos Municipales la reglamentación de la publicidad exterior visual, teniendo como marco la Ley 140 de 1994; a partir del cual es viable generar restricciones en virtud del principio de rigor subsidiario.

Igualmente es importante resaltar que el Proyecto de Acuerdo, ubica al municipio a la vanguardia nacional en materia de regulación de la publicidad exterior, brindando herramientas a la Administración Municipal para controlar en debida forma la saturación visual, determinando aspectos tales como distancias, diámetros, áreas, zonas excluidas, tipos de publicidad, su clasificación y sus características entre otros.

Es de suma importancia la actualización normativa en este campo, pues la norma vigente es el Acuerdo No. 179 de 2006, la cual se ha quedado rezagada con los avances tecnológicos y con la expedición del nuevo Código de Policía, siendo un imperativo para todos los municipios de Colombia contar con herramientas jurídicas que les permita prever todas las eventualidades que se puedan presentar en la explotación de la publicidad exterior visual.

Finalmente considero que la publicidad exterior visual se constituye en una fuente de ingresos para el Municipio, que siendo desarrollada en debida forma, podrá mejorar su recaudo en armonía con los principios de preservación de los principios ecológicos que sustentan la competencia exclusiva de la Corporación para expedir la reglamentación vía acordal.

De conformidad a lo expuesto, presento Ponencia Favorable para primer Debate ante la comisión segunda de Plan y Tierras de la Corporación del Proyecto de Acuerdo No. 056 **“POR EL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MAYOR, MENOR, ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL, PUBLICIDAD EN AMOBLAMIENTO URBANO Y AVISOS EN EL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”**.

Atentamente,



CARLOS ANDRÉS ARIAS RUEDA
Concejal de Santiago de Cali

PROPOSICIÓN

En cumplimiento de la ley 136 de 1994 concordante con el artículo 167 del Reglamento Interno de la Corporación Concejo de Santiago de Cali, me permito presentar ponencia favorable para primer Debate del Proyecto de Acuerdo No.056 **“POR EL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MAYOR, MENOR, ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL, PUBLICIDAD EN AMOBLAMIENTO URBANO Y AVISOS EN EL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”**., y presento a consideración de la Comisión para que se apruebe en primer Debate el Proyecto de Acuerdo No.056 de 2017, que hace parte integral de la presente Ponencia.



CARLOS ANDRÉS ARIAS RUEDA
Concejal Ponente

El Concejo Municipal de Santiago de Cali, en uso de sus atribuciones constitucionales y legales, y en especial las que le confieren la Constitución Política de Colombia, en su Artículo 313, Ley 99 de 1993, Ley 136 de 1994, Ley 1551 de 2012, Ley 140 de 1994, Ley 388 de 1997, Ley 769 de 2002, ley 1801 de 2016 y los Acuerdos Municipales 0373 del 2014 y el Decreto Extraordinario 0259 de 2015.

ACUERDA

ARTÍCULO 1º: ÁMBITO DE APLICACIÓN. Los aspectos reglamentados por el presente acuerdo se aplicarán en toda el área urbana y rural del Municipio de Santiago de Cali.

Para la efectiva protección y conservación del espacio público por su destinación al uso común, en las normas del presente acuerdo deberán observarse los principios constitucionales de prevalencia del interés general sobre el particular, la función pública y social de la propiedad, la protección del medio ambiente y demás relacionados.

Las normas del presente acuerdo deberán aplicarse siempre en concordancia con lo previsto en el Plan de Desarrollo y el Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Santiago de Cali en cuanto a integración del espacio público, seguridad vial, conservación del patrimonio arquitectónico, descontaminación visual y del paisaje, el amoblamiento urbano y la publicidad exterior visual.

ARTÍCULO 2º: OBJETO GENERAL. El presente Acuerdo establece las condiciones en que puede realizarse la publicidad exterior visual mayor, menor, electrónica y/o digital, publicidad en amoblamiento urbano y avisos en el Municipio de Santiago de Cali.

ARTÍCULO 3º: OBJETIVOS ESPECÍFICOS. La presente reglamentación tiene como objetivos específicos los siguientes:

1. Mejorar la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Santiago de Cali, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la libre movilización, 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.
2. Realizar en el Municipio de Santiago de Cali el ejercicio de la publicidad exterior visual y cualquier medio de publicidad incluyendo la cívica y cultural así como la ubicada en estructuras denominada como

amoblamiento urbano y elementos de propiedad del estado constitutivos del espacio público como medio masivo de comunicación que beneficia a los ciudadanos anunciantes y en general, personas y entidades relacionadas con la publicidad y la producción de bienes y servicios.

TÍTULO I

NORMAS GENERALES PARA EL COMPONENTE DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTÍCULO 4º: DEFINICIONES

1. **Publicidad Exterior Visual:** Se entiende por publicidad exterior visual para este Acuerdo, el medio masivo de comunicación destinado a informar o 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 sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas.

No se considera publicidad exterior visual la señalización vial, la nomenclatura urbana o rural, 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. Tampoco se considera publicidad exterior visual las expresiones artísticas como pinturas o murales, siempre que no contengan mensajes comerciales o de otra naturaleza.

2. **Adosado:** Adherido a la superficie del muro sin que medie distancia entre este y el elemento instalado.
3. **Afiche o cartel:** Elemento de publicidad exterior visual que consiste en una lámina de papel cartón u otro material con imágenes, fotografías o letras sobre una superficie vertical u horizontal.

4. **Aviso:** Es el conjunto de elementos compuesto por logos y letras o una combinación de ellas que se utilizan como anuncio, señal o publicidad en las fachadas de los inmuebles con fines profesionales, culturales, comerciales turísticos o informativos donde funcionan establecimientos de comercio.
5. **Aviso separado de fachada:** Elemento de publicidad exterior visual que sobresale frontal o paralelamente del muro de la fachada exterior de la edificación.
6. **Cartelera:** Elemento vertical con material apto para la intemperie que hace parte del mobiliario urbano y que se instala en espacio público ubicado sobre una base a nivel de piso, para que a ellos se adose publicidad con el fin de entregar información de interés general.
7. **Contaminación visual:** Es la 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 pero que impactan el paisaje.
La contaminación visual afecta la calidad del paisaje por cuanto altera el sentido del lugar y de los aspectos arquitectónicos, estéticos y culturales de la ciudad, generando en los ciudadanos percepciones de confusión, estrés, distracción y otros estímulos y sensaciones agresivas que afectan negativamente el ambiente y por lo tanto la calidad de vida de los habitantes.
8. **Culata:** es el muro sin vista o aberturas de una edificación que colinda lateral o posteriormente con propiedades vecinas.
9. **Dummy o inflable:** Elemento de publicidad exterior visual menor elaborado en estructura inflable, la cual se usa para magnificar la presencia de un producto.
10. **Elementos de Publicidad Exterior Visual Mayor:** Aquellos elementos de publicidad exterior visual que se ubiquen en presentación de gran formato hasta un máximo de cuarenta y ocho (48) metros cuadrados. Estos elementos se instalan sobre estructuras independientes en materiales resistentes sobre los cuales se integra físicamente la publicidad.
11. **Elementos de Publicidad Exterior Visual menor:** Son aquellos elementos de pequeño formato menor a ocho (8) metros cuadrados, que en su

presentación no alteran la estructura de un inmueble o vehículo y están instalados sin superar proporcionalmente el tamaño del mismo.

12. **Fachada:** Cara o pared de una edificación que da sobre el exterior ya sea sendero peatonal, área de uso comunal, vía, espacio público o espacio de uso privado, que afecta de manera arquitectónica el desarrollo del tejido urbano.
13. **Innovación tecnológica:** Posibilidad de nuevos formatos en materia de publicidad Exterior Visual con características técnicas diferentes a las establecidas en el presente acuerdo.
14. **Mobiliario Urbano:** se entiende por mobiliario urbano el conjunto de elementos colocados en el espacio público, a instancias de la administración, para el servicio, uso y disfrute del público, y que hacen parte del medio ambiente urbano y del espacio público de la ciudad, los cuales pueden contener publicidad exterior visual en las condiciones que determinen las autoridades que ejerzan el control y la vigilancia de estas actividades.
15. **Mural artístico:** Imagen con finalidad artística y cultural, que con carácter decorativo es instalada sobre los muros y culatas de las edificaciones.
16. **Muro Cartelera:** Estructura que permite la fijación de anuncios o carteles, en los muros de cerramientos autorizados para tal fin.
17. **Minivallas:** Elemento de Publicidad Exterior Visual con un área de publicidad entre nueve (9) hasta doce (12) metros cuadrados, instalada en lotes sin construir sobre una estructura de material estable y resistente a la intemperie. Cada minivalla estará integrada por la cara publicitaria y su estructura y su altura máxima de instalación será de siete (7) metros medidos a partir de terreno.
18. **Valla Publicitaria Electrónica:** elemento publicitario que utiliza sistemas electrónicos o digitales para su funcionamiento, mediante el cual se exhiben anuncios publicitarios con movimiento, cambiante mediante mecanismos o mandos electrónicos.

19. **Pasacalle:** Aviso pintado en tela u otro material que se instala en sentido horizontal y que pende de sus partes laterales de una reglilla en material rígido resistente a la intemperie.
20. **Pendón:** Elemento elaborado en tela o material similar que en la parte superior e inferior se encuentran adheridos a una regleta en material resistente a la intemperie.
21. **Publicidad en eventos realizados en espacio público:** Es aquella publicidad exterior visual que se autoriza de manera temporal, para la promoción y plan estratégico comercial en un evento específico y que se realiza en espacio público. el evento debe estar previamente autorizado por las Secretarías de Seguridad y justicia y Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico.
22. **Publicidad Exterior visual en vehículos automotores que publicitan productos o servicios:** Es la publicidad que utilizan las empresas para el transporte o distribución de los productos o aquellas que en la prestación de servicio, de manera directa o a través de terceros portan publicidad y realizan actividades promocionales de sus marcas .
23. **Publicidad Exterior visual en vehículos de servicio público de transporte de pasajeros:** Es la publicidad que se fija o se instala, adherida o pintada 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.
24. **Publicidad Móvil:** Es aquella que se encuentra en movimiento y se desarrolla a través de los vehículos autorizados para tal fin. Estos pueden ser vehículos automotores, que tenga posibilidad de movimiento.
25. **Puntos Ecológicos:** Lugar destinado para la ubicación de cestos, canecas o contenedores para separar residuos sólidos que se encuentran demarcados y señalizados de conformidad con las disposiciones adoptadas por el manual del plan de gestión integral de residuos sólidos de Santiago de Cali (PGIRS) o el documento técnico que lo adicione, modifique o sustituya.
26. **Vehículo con plataforma exclusiva para porte de publicidad:** Vehículo automotor homologado por el ministerio de transporte destinado

exclusivamente para el porte de vallas, avisos y letreros publicitarios con dimensión máxima de 12 metros.

- 27. Valla Institucional:** Elemento tipo valla que tiene por objeto comunicar actividades de los organismos del estado.
- 28. Valla Publicitaria:** Elemento de publicidad Exterior visual que se encuentra instalado sobre una estructura de material estable con dispositivos de anclaje a una superficie; el cual se integra física y estructuralmente a la unidad que lo soporta. Para todos los efectos, cada valla estará integrada por la cara publicitaria y su estructura.
- 29. Vehículo de servicio particular:** Vehículo automotor destinado a satisfacer las necesidades privadas de movilización de personas, animales o cosas.
- 30. 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.
- 31. 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.
- 32. Video Mapping:** publicidad exterior visual sin sonido que proyecta o despliega una animación o imágenes sobre superficies.

PARÁGRAFO: Las demás definiciones en el presente glosario, serán las contenidas en el acuerdo No 0373 de 2014 Plan de Ordenamiento Territorial de Santiago de Cali o la norma que lo modifique, adicione o sustituya.

ARTÍCULO 5º: CARACTERÍSTICAS QUE DEBE TENER LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

1. No generar contaminación visual.
2. No afectar el paisaje por ser considerado recurso natural renovable, las zonas de interés ambiental, ni las áreas pertenecientes a la Estructura Ecológica Principal.

3. Estar integrada física, visual y arquitectónicamente con el paisaje urbano.
4. Preservar cultural y arquitectónicamente el patrimonio del Municipio.
5. No afectar áreas de uso residencial neto, de conformidad con el Acuerdo 0373 de 2014, o demás normas que lo modifique o complemente.

ARTÍCULO 6º: CLASIFICACIÓN. La Publicidad Exterior Visual se clasifica según su naturaleza, su instalación y su contenido.

I. NATURALEZA

- a) Afiches
- b) Avisos Comerciales
- c) Dummies o inflables
- d) Pantallas de Publicidad Electrónica y/o digital
- e) Publicidad Móvil
- f) Pendones
- g) Vallas Publicitarias
- h) Pasacalles
- i) Publicidad Aérea
- j) Publicidad en elementos complementarios del mobiliario urbano
- k) Publipostes
- l) Puntos ecológicos
- m) Minivallas
- n) Video mapping.

II. INSTALACIÓN

- a) Fija
- b) Móvil
- c) Aérea

III. CONTENIDO

- a) Comercial
- b) Institucional
- c) Político

ARTÍCULO 7º: UBICACIÓN, DISTANCIA Y NÚMERO DE VALLAS: Se permitirá la ubicación de la publicidad exterior visual de que trata la Ley 140 de 1994, ya sea sobre estructura tubular o cercha, en los inmuebles con frente sobre vías arterias principales -VAP, secundarias - VAS y colectoras - VC, que tengan como mínimo dos (2) carriles, de acuerdo al plano de jerarquización vial incluido en el anexo 6 del Acuerdo 0373 de 2014, con excepción de los sitios prohibidos determinados en la misma Ley, en el Artículo 271 del Plan de Ordenamiento Territorial y en los demás que se establezcan en el presente Acuerdo. Sólo se permite la destinación de una valla por estructura, que podrá contener publicidad a doble faz, de conformidad con el Plan de Ordenamiento Territorial. La distancia mínima de una valla con las más próximas no podrá ser inferior a ciento sesenta (160) metros medidos de forma lineal y por el mismo costado vehicular, sin perjuicio de las vallas que a la fecha de la aprobación del presente acuerdo se encuentren en un rango de ciento veinte (120) a ciento sesenta (160) metros. Lo anterior, siempre que exista una sección vial de mínimo cuarenta metros (40m) y cuente con separador vial, de no presentarse la anterior condición, la forma de medición será lineal y por el mismo sentido de la vía.

PARÁGRAFO 1º: Si una valla no tiene doble faz, su cara posterior debe ser cubierta con una lona para que no se observe el elemento estructural, y debe tener un solo color que contraste con el medio ambiente y el paisaje. En todos los casos no podrán generar movimiento o rotación de su tablero.

PARÁGRAFO 2º : En toda obra de construcción, remodelación, adecuación o ampliación autorizada por las autoridades competentes y con frente a cualquier vía, sin importar el número de carriles, solo se podrán instalar dos (2) vallas, siempre y cuando no estén en el mismo sentido y costado vehicular a excepción de los predios que cuenten con un área superior a mil (1000) metros cuadrados, en los cuales se permitirá la instalación de vallas publicitarias cada cien (100) metros medidos en forma lineal y por el mismo costado vehicular.

Cuando se trate de vallas o elementos publicitarios para anuncio de ventas de proyectos de vivienda y construcción, podrán instalarse una vez quede en firme la licencia de construcción, y para anunciar ventas desde la fecha en que se lleve a cabo el trámite de radicación de documentos para adelantar actividades de enajenación de inmuebles destinados a vivienda, ante la secretaria de Vivienda Social y Hábitat Municipal. De tratarse de un elemento publicitario que anuncie etapa de preventa se autorizará (1) un solo elemento publicitario anexando la certificación correspondiente de la fiduciaria que lo avala. En todos los casos dichos elementos deberán cumplir con las siguientes condiciones.

- b) Las vallas autorizadas no podrán contener publicidad diferente al proyecto que se promociona y deberán retirarse dentro de los quince (15) días siguientes a la finalización de la obra.
- c) Podrán contener la información establecida para las vallas de construcción que trata el Artículo 92 del presente Acuerdo.
- d) Dada la temporalidad de este tipo de vallas, no se exigirá la distancia mínima con las más próximas.
- e) Podrá instalarse publicidad en las lonas que cubren las obras en construcción, remodelación, adecuación o ampliación y en el cerramiento de las mismas mediante autorización dada por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal- Subdirección de Espacio Público y ordenamiento Urbanístico, de acuerdo a la reglamentación que expida la Administración Municipal.

ARTÍCULO 8°: SOLICITUD DE REGISTRO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MAYOR, PUBLICIDAD EN VEHÍCULO AUTOMOTOR Y PUBLICIDAD ELECTRONICA Y/O DIGITAL. El responsable de la publicidad exterior visual deberá registrarla ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico. La solicitud de registro podrá negarse si no se cumple con lo establecido en la ley 140 de 1994 y en el presente Acuerdo. La aprobación o negación del registro debe efectuarse en un tiempo máximo de Quince (15) días hábiles contados a partir de la radicación de la solicitud de registro y en todo caso antes de la instalación del elemento publicitario. La negación al registro se realizará a través de Acto Administrativo motivado.

PARAGRAFO: Si contados treinta (30) días a partir del pronunciamiento oficial que declare procedente la solicitud de consulta previa al registro del elemento publicitario, no se aporta la documentación requerida por parte del solicitante, la Administración podrá dar aplicación al desistimiento tácito conforme a las disposiciones del artículo 17° de la ley 1755 de 2015.

ARTÍCULO 9°: Para la solicitud o Prorroga del registro de vallas, publicidad electrónica y/o digital y porte de publicidad en vehículo automotor se deberá utilizar el formato físico o electrónico, aprobado para tal efecto por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, con el cual se deberá aportar la siguiente información y documentación:

- I. Toda solicitud de registro deberá contener la siguiente información:

- a) Número de registro vigente en el caso de prórrogas de registro del elemento publicitario.
 - b) Clasificación del elemento publicitario que desea instalar, materiales, dimensiones y características técnicas.
 - c) Vigencia para la cual se solicita el registro o prórroga del elemento publicitario expresado en meses.
 - d) Tipo de iluminación, en caso de ser necesaria.
 - e) Nombre o razón social, número de identificación o NIT, del representante legal en caso de ser persona jurídica, dirección y teléfono, del operador o propietario del elemento publicitario.
 - f) Nombre, identificación, dirección y teléfono del propietario, tenedor o poseedor del bien mueble o inmueble donde se ubica el elemento publicitario.
 - g) Nombre o razón social, identificación o NIT, dirección y teléfono del anunciante.
 - h) Número predial y código único del predio donde se instalará el elemento publicitario.
 - i) Placa del vehículo y número de Licencia de Tránsito del vehículo en el cual se fijará la Publicidad Móvil
 - j) Localizador de recursos uniformes (URL) designado para la programación del contenido a transmitir, en el caso de las pantallas de publicidad electrónica.
- III. Adicional a la información suministrada, se deberán anexar los siguientes documentos físicos o digitalizados, según la forma en que se realice el trámite:
- a) Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del responsable de la publicidad exterior visual.
 - b) Foto montaje del elemento publicitario a instalar y sus características, enmarcado en un cono visual donde se proyecte el entorno urbanístico del sector

- c) Gráfico de ubicación del inmueble y de la publicidad, donde se especifique:
1. Punto exacto de ubicación del elemento publicitario especificado con medidas al interior del predio.
 2. Contexto urbano del predio solicitado, especificando la distancia del punto en el que se va a instalar el elemento publicitario a las vallas más cercanas.
- d) Fotocopia de la Licencia de Tránsito del vehículo, en el caso de la Publicidad Móvil.
- e) Certificado de tradición del inmueble donde se pretende instalar el elemento publicitario, expedido dentro de los tres (3) meses anteriores a la solicitud del registro. En el caso de inmuebles sometidos a propiedad horizontal, se deberá aportar fotocopia de la escritura pública de constitución y de la resolución de nombramiento del representante legal, expedida por la Secretaría de Seguridad y Justicia, así como documento privado en el cual se manifieste el consentimiento de contratar con la empresa que ubicará el elemento estructural y la publicidad exterior visual.
- f) Para solicitudes de publicidad en vehículo automotor deberá aportarse la Certificación original expedida por la Secretaría de Movilidad, determinando el número de vehículos que integran el parque automotor de la empresa que solicita el registro, únicamente para el caso de publicidad móvil en vehículos de servicio público, Colectivo individual o de transporte masivo.
- g) Concepto favorable expedido por el Departamento Administrativo de la Aeronáutica Civil, cuando se trate de publicidad móvil aérea.
- h) Documento de autorización expresa de instalación del elemento publicitario, suscrito entre el operador o propietario del elemento de Publicidad Exterior Visual y el titular del inmueble o tenedor, en este último caso se deberá aportar, para tal efecto, autorización escrita o acreditación del propietario del inmueble. Este requisito será únicamente exigible para publicidad exterior visual en vallas publicitarias y vallas electrónicas digitales o Led.

- i) Comprobante de pago del impuesto de Publicidad Exterior Visual o los Derechos Económicos a pagar.

III. Para los elementos de Publicidad Exterior Visual de dimensiones mayores a ocho (8) metros cuadrados, como las vallas publicitarias, vallas de publicidad electrónica digital o led, deberán también aportar:

- a) Certificado de estudio de suelos, cimentación y resistencia de la estructura, elaborado por un ingeniero civil con Tarjeta Profesional vigente.
- b) Póliza de Responsabilidad Civil Extracontractual que ampare la responsabilidad que se derive a la Administración y al titular del registro como consecuencia del daño eventual que se genere a terceros, dicha garantía deberá identificar el elemento publicitario asegurado en sus anexos y su cuantía será la que defina la Administración Municipal.
- c) Certificación de viabilidad del servicio, emitido por el Departamento de Control de energía de la empresa prestadora de Servicios Públicos. En el caso de solicitar prórroga, recibo de pago del servicio público del último mes. Una vez instalado el elemento publicitario, se deberá aportar fotocopia del contrato de prestación de servicios de energía eléctrica e indicar el número del contador instalado.
- d) Fotomontaje del vehículo con la publicidad expuesta donde se especifiquen las dimensiones de la publicidad.

PARÁGRAFO: En todos los casos la información aportada por el solicitante a efectos del registro será protegida y de uso exclusivo de la Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico del Departamento Administrativo de Planeación Municipal de conformidad con el Decreto 1377 de 2013 reglamentario de la Ley 1581 de 2012 sobre protección de los datos personales.

ARTÍCULO 10º: DESISTIMIENTO. Cuando la solicitud del registro de Publicidad Exterior Visual no se realice dentro de los términos estipulados en el presente acuerdo, se entenderá que está incompleta y que el solicitante desiste de ella. El funcionario encargado dejará constancia del desistimiento en la base de datos de Publicidad Exterior Visual.

ARTÍCULO 11°: Cumplido el término para la aprobación del registro la Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico deberá emitir concepto previo de instalación favorable, con el cual el operador o solicitante, deberá aportar los documentos establecidos en el Artículo 9° del presente acuerdo y podrá cancelar el impuesto de Publicidad Exterior Visual o los Derechos Económicos por su instalación ante el Departamento Administrativo de Hacienda Municipal.

Cancelado el Impuesto o los derechos económicos de Publicidad Exterior Visual, el operador o solicitante del registro deberá aportar el comprobante de pago, al Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico la cual podrá aprobar el Registro de Publicidad Exterior Visual, una vez se verifique el pago correspondiente.

PARÁGRAFO 1°. El concepto previo de instalación favorable y pago del impuesto de publicidad Exterior visual no comporta en sí mismo el registro de Publicidad Exterior Visual y no autoriza su instalación bajo ninguna circunstancia, ni obliga a la Administración Municipal a otorgar posteriormente la respectiva autorización.

PARÁGRAFO 2°. El trámite para la expedición del registro de Publicidad Exterior Visual podrá ser realizado de manera electrónica, de acuerdo con el procedimiento establecido a través del sistema automatizado en línea SAUL y que se encuentra definido a través del formato de diseño de procedimientos contenido en el Artículo 6 del Decreto 559 de 2015. En todos los casos la información aportada por el solicitante a efectos del registro será protegida y de uso exclusivo de la Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico del Departamento Administrativo de Planeación Municipal de conformidad con el Decreto 1377 de 2013 reglamentario de la Ley 1581 de 2012 sobre protección de los datos personales.

ARTÍCULO 12°: CONTENIDO. Aprobado el registro de Publicidad Exterior Visual, podrá ser expedido de manera electrónica o física a solicitud del operador publicitario y deberá incluir toda la información relativa al elemento publicitario, sus características técnicas, lugar de ubicación, las obligaciones a las que se encuentra sujeto el operador, el término por el cual fue otorgado y las causales de pérdida de vigencia del mismo y la demás información considerada pertinente.

Todo registro se identificará con un número y un código QR asignados por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio

Público y Ordenamiento Urbanístico, los cuales serán almacenados en la base de datos física y electrónica a cargo de la Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico.

ARTÍCULO 13º: NEGACIÓN. El Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico negará el registro de Publicidad Exterior Visual, cuando:

- a) El elemento publicitario no cumpla con los requisitos para su instalación y funcionamiento establecidos en el presente Acuerdo.
- b) El solicitante no cuente con matrícula mercantil vigente y certificación de registro para desarrollar la Publicidad Exterior Visual en el Municipio de Santiago de Cali.
- c) El operador publicitario o solicitante no aporte los documentos solicitados no cumpla con los requisitos establecidos, o no realice el pago del impuesto de publicidad exterior visual del elemento estructural o valla.

ARTÍCULO 14º: VIGENCIA DEL REGISTRO. El registro para la ubicación de la valla o elemento estructural, valla electrónica y/o digital, se concederá por tres (3) años contados a partir de la expedición del mismo, sin perjuicio de las obligaciones tributarias que se generen anualmente. Cumplido el término, el titular del registro podrá solicitar prórroga por el mismo término inicialmente concedido.

PARÁGRAFO: Cuando el propietario de la valla o elemento estructural, vallas electrónicas y/o digitales y publicidad en vehículo automotor, modifique la publicidad exterior visual registrada inicialmente, deberá informar dichas modificaciones ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal- Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico. Dicho informe se deberá efectuar, a más tardar, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la modificación, aportando fotografía actualizada.

ARTÍCULO 15º: DIMENSIONES DE LA PUBLICIDAD PARA VALLAS PUBLICITARIAS. La dimensión total de la publicidad exterior visual sobre un mismo lado o cara de la valla o elemento estructural, no podrá ser superior a cuarenta y ocho (48) metros cuadrados.

PARÁGRAFO. En el caso de las vallas ubicadas sobre las culatas de inmuebles construidos, su tamaño podrá ser superior a los cuarenta y ocho (48) metros

cuadrados, ocupando así la totalidad de la culata sin que esta sobrepase los costado de dicho inmueble.

ARTÍCULO 16°: PÉRDIDA DE VIGENCIA DEL REGISTRO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Los permisos o autorizaciones de Publicidad Exterior Visual perderán su vigencia cuando expiren las prórrogas debidamente concedidas, cuando los fundamentos de hecho y de derecho con base en los cuales se aprobaron cambien, cuando se efectúen modificaciones a la publicidad exterior visual sin solicitar la actualización del permiso dentro del término establecido en el presente Acuerdo o cuando se instale la publicidad exterior visual en condiciones diferentes a las autorizadas.

También perderán vigencia en los siguientes casos:

- a) Por no renovar el correspondiente registro dentro del término dado en el presente acuerdo.
- b) Por no contar con el consentimiento del dueño del predio mediante contrato.
- c) Por instalar el elemento publicitario en condiciones contrarias a las aprobadas por el registro.
- d) Por la modificación del elemento publicitario durante la vigencia del registro de Publicidad Exterior Visual, a condiciones diversas a las aprobadas en el mismo y las prohibiciones contenidas en la ley 140 de 1994.
- e) Cuando el elemento publicitario no sea instalado en el término de Dos (2) meses contados a partir de la expedición del registro que apruebe su instalación.

El registro de Publicidad Exterior Visual en ningún caso reconoce derechos adquiridos. Una vez se compruebe la pérdida de vigencia del registro de Publicidad Exterior Visual por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, en cumplimiento de sus funciones, notificará al operador publicitario sobre los hechos y comunicará sobre los mismos al responsable del bien y al anunciante, dicho pronunciamiento estará en cabeza del Departamento Administrativo de Planeación Municipal-Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, el cual será motivado a través de Acto Administrativo susceptible de recursos.

ARTÍCULO 17°: PUBLICIDAD DEL REGISTRO. En la parte inferior derecha o izquierda, según el sentido de la vía en que se ubique, se deberá publicar el número de registro de Publicidad Exterior Visual de manera que permita visibilidad y lectura clara desde el Espacio Público.

Así mismo, todo elemento deberá insertar de manera visible y clara el nombre del operador publicitario.

ARTÍCULO 18°: ORDEN DE PRELACIÓN DE LAS SOLICITUDES DE REGISTRO. Tendrá prelación la solicitud de registro que se haya radicado primero, bien sea físicamente o por medio del sistema electrónico habilitado para tal efecto.

ARTÍCULO 19°: El Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, dispondrá de un plano digital actualizado del Municipio de Santiago de Cali con la ubicación de las vallas legalmente registradas y un archivo histórico de la publicidad exterior visual a partir de la sanción del presente Acuerdo, lo cuales serán públicos.

PARÁGRAFO 1°: El Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Subdirección de Espacio Público Y Ordenamiento Urbanístico, verificará el cumplimiento de lo contemplado en el presente Acuerdo. El resultado de la verificación y el listado de las vallas registradas, irreglamentarias o ilegales, pantallas electrónicas, digitales o led deberá informar a la Secretaría de Seguridad y Justicia- Subsecretaría de Inspección Vigilancia y Control y al Departamento Administrativo de Hacienda para lo de su competencia.

PARÁGRAFO 2°: REGISTRO DE LAS PERSONAS QUE EJERCEN LA ACTIVIDAD DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Las Personas naturales o jurídicas que ejerzan o se dediquen permanente o temporalmente a la actividad de la Publicidad exterior visual o aquellas que comercialicen espacios publicitarios, deberán obtener un registro previo ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal - Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, para desarrollar esta actividad en el Municipio de Santiago de Cali. Dicha certificación será solicitada a través de la plataforma virtual SAUL por medio de los recursos tecnológicos existentes y los formatos y procedimientos establecidos; En todos los casos la aprobación de la certificación estará condicionada a las certificaciones que por no sanción aporten los Departamentos Administrativos de Gestión del Medio Ambiente, Hacienda y la Secretaría de Seguridad y Justicia.

ARTÍCULO 20º: SITIOS DONDE NO SE PERMITE LA UBICACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

MAYOR. Además de los lugares y requerimientos indicados en la Ley 140 de 1994 y donde lo establezca el Plan de Ordenamiento Territorial, se prohíbe ubicar vallas o elemento estructurales con publicidad exterior visual en los siguientes sitios:

1. En las áreas que constituyan espacio público de conformidad con las normas municipales, las Leyes 9 de 1989, 388 de 1997 sus decretos reglamentarios, la ley 1801 de 2016 y las normas que lo modifiquen, sustituyan o reglamenten. Podrá colocarse publicidad exterior Visual en los paraderos de los vehículos de Transporte Público y demás elementos de amoblamiento urbano, en las condiciones que determinen las autoridades conforme a las disposiciones del parágrafo 2 del artículo 246 del acuerdo 0373 de 2014 o las normas que lo modifiquen, adicionen o sustituyan
2. En las edificaciones públicas, con excepción de los escenarios destinados a la presentación de espectáculos públicos y deportivos, en los cuales si se podrá instalar de conformidad con lo dispuesto en el literal a) del Artículo 3º de la Ley 140 de 1994.
3. En los inmuebles ubicados dentro de los siguientes límites: partiendo de la esquina nororiental de la Calle 5ª con Carrera 10 hacia el Norte por dicho costado oriental de la Calle 5ª hasta encontrar la Carrera 1ª (Avenida Colombia), por ésta hacia el oriente hasta encontrar la Calle 13 en la Iglesia La Ermita; Por el costado Occidental de la Calle 13 hacia el sur hasta encontrar la esquina noroccidental con la Carrera 10; por el costado norte de la Carrera 10 hacia el occidente hasta encontrar la esquina nororiental de la Carrera 10 con Calle 5ª, punto de partida.
4. En las áreas pertenecientes a la Estructura Ecológica Principal, ni en las de mantenimiento de los canales a excepción de las zonas de recarga de acuíferos que no se traslapan con otra categoría de suelo de protección ambiental.
5. Los cerros tutelares de la ciudad, Lomas y colinas y en los Parques de la Bandera, Bataclán y loma de la perla, en la Avenida circunvalar, en la plazoleta Jairo Varela y bulevar del Río Cali.

6. En sitios donde se interrumpa la visual de especies arbóreas notables, árboles de importancia ecológica y de valor paisajístico urbano, conforme a lo definido en el Estatuto de Silvicultura Urbana del Municipio de Santiago de Cali (Acuerdo Municipal No. 0353 de 2013)
7. Las áreas inmuebles y elementos aislados de interés patrimonial declarados en el Plan de Ordenamiento Territorial y los que declare en Plan Especial de Protección Patrimonial.
8. Sobre las cubiertas, fachadas y terrazas de las edificaciones.
9. En los inmuebles ubicados con frente sobre las siguientes vías:

En los inmuebles ubicados con frente sobre las siguientes vías:

- a) Carrera 1 y Carrera 1A, en el tramo comprendido entre la Autopista Oriental y el Puente del Paso del Comercio.
 - b) Vías marginales de los ríos Cauca, Pance, Cali, Cañaveralejo, Lili, Meléndez y Aguacatal.
- 10.A menos de sesenta (60) metros de las glorietas e intersecciones no semaforizadas definidos por la Secretaría de Movilidad o quien haga sus veces
 11. En los inmuebles ubicados en el cono de aproximación del aeródromo Escuela Base Marco Fidel Suárez, demarcado en su cabecera Oriental.
 12. En las áreas forestales de protección de los ríos y de mantenimiento de los canales.
 13. En las franjas de terreno de protección de líneas de alta tensión quince (15) metros al lado y lado de las mismas
 14. En una distancia de cien (100) metros lineales de los cruces a nivel de los ferrocarriles con las vías arterias principales.
 15. En lugares donde su localización obstaculice el tránsito peatonal, o interfiera con la visibilidad de la señalización vial o informativa o con la nomenclatura urbana, aun cuando los elementos de publicidad sean removibles.

PARÁGRAFO: Zonas Especiales reguladas Permitidas: se permite la instalación de publicidad exterior visual mayor, en una distancia mínima de doscientos cuarenta metros (240) en las zonas especiales reguladas permitidas, detalladas a continuación:

- a) Avenida Sexta Norte (desde el antiguo teatro Calima hasta la Autopista Oriental o Calle 70 Norte.)
- b) Calle 16 y 18 o Avenida Cañasgordas, (desde la Carrera 100 hasta la Carrera 127.)

ARTÍCULO 21°: ÁREAS DE INFLUENCIA DE ELEMENTOS DE INTERÉS PATRIMONIAL Y MONUMENTOS NACIONALES. Además de la prohibición de instalar vallas o elementos estructurales y publicidad exterior visual en los inmuebles y elementos aislados de interés patrimonial, también se establece un área de influencia de veinte (20) metros a su alrededor como área prohibida, excepto para los declarados como monumentos nacionales, cuya área de influencia será de doscientos (200) metros de distancia, según lo dispuesto en el literal b, del Artículo 3º de la Ley 140 de 1994, tomados a partir de los límites del predio protegido.

ARTÍCULO 22°: MENSAJES REFERENTES A SALUD. Las vallas destinadas a publicidad de bebidas embriagantes, cigarrillo y tabaco deberán destinar el 10% de su área para incluir un mensaje de fácil lectura que informe que su consumo es perjudicial para la salud.

ARTÍCULO 23°: UBICACIÓN DENTRO DE LOS PREDIOS. Además de los requerimientos contenidos en el Artículo 4º de la Ley 140 de 1994, las vallas, vallas electrónicas y/o digitales o elementos estructurales que contienen publicidad exterior visual en la zona urbana del Municipio de Santiago de Cali deberán ubicarse dentro de los inmuebles a partir de la línea de construcción o paramento, y no podrán sobresalir sobre los costados de los inmuebles construidos, los predios colindantes ni sobre el espacio público, tampoco ocupar las áreas pertenecientes a espacio público. Lo anterior es también aplicable a los elementos de iluminación artificial, en los casos que los posean. Ninguna valla publicitaria o valla electrónica podrá atravesar la cubierta del inmueble, ni las placas que separan sus pisos.

PARÁGRAFO: para las estructuras publicitarias que se encuentren instaladas en las culatas de las edificaciones, se tendrá como límite para su ubicación, la altura del muro al que se encuentren adosadas, estableciendo como límite superior la altura de la culata y como límites laterales los lados derecho e izquierdo de la misma. Para edificaciones con cubierta inclinada (una o dos aguas), el límite establecido será el inicio de la cubierta entendiéndose este como el punto más bajo de la misma.

ARTÍCULO 24°: ILUMINACIÓN ARTIFICIAL. Cuando las vallas o elementos visuales presenten iluminación artificial, ésta no debe originar impacto ambiental por luminosidad ni molestias a los residentes vecinos, el incumplimiento a este artículo acarreará las sanciones respectivas.

PARÁGRAFO

1°:

El Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente -DAGMA, será la dependencia encargada de evaluar si la valla, el elemento estructural y la publicidad producen impacto ambiental negativo por luminosidad. En caso positivo deberá enviar el concepto técnico correspondiente al Departamento Administrativo de Planeación Municipal- Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, para que se ordene la modificación de la valla, valla Electrónica y/o digital o elemento estructural. En caso de renuencia se aplicarán las disposiciones contenidas en el Capítulo II del Título IX del presente Acuerdo.

Dicha evaluación y las medidas aplicables por el incumplimiento a lo establecido en este artículo, se realizarán una vez el Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, expida los parámetros reglamentarios sobre contaminación por luminosidad que deben regir a nivel Nacional, como organismo formulador de la política del medio ambiente y de los recursos naturales renovables, en cumplimiento del artículo 5 de la Ley 99 de 1993.

Sin embargo, para prevenir impactos negativos por luminosidad, se establecen las siguientes obligaciones para la instalación y uso de elementos publicitarios con luminosidad:

1. La bombilla o sistema de iluminación, este instalada horizontalmente-paralela al suelo- y que dirijan el flujo luminoso únicamente hacia arriba; además de evitar sobredimensionar las instalaciones y no proyectar luz más allá de la zona de interés, para evitar molestias a los vecinos.

2. Después de medianoche, debe mantenerse apagado este tipo de instalaciones.
3. Reducir la iluminación a los niveles mínimos recomendados y adaptados, cuando estos sean definidos por el Ministerio del medio Ambiente y Desarrollo Sostenible.

PARÁGRAFO 2º: La publicidad exterior visual que utilice servicios públicos deberá cumplir con los requisitos establecidos para su instalación, uso y pago. En ningún caso la publicidad exterior visual puede obstaculizar la instalación, mantenimiento y operación de los servicios públicos domiciliarios. Las redes que den suministro de energía a las vallas no podrán estar suspendidas en el aire y deberán ser subterráneas.

ARTÍCULO 25º: ALTURA DE VALLAS PUBLICITARIAS O ELEMENTOS ESTRUCTURALES. La dimensión máxima entre el límite superior del tablero y el límite inferior de su estructura tubular, no será mayor a 25 metros. Si este supera el límite establecido en el presente Acuerdo, deberá anexarse plano constructivo que garantice la estabilidad en altura y de instalación en la cimentación, el cual será avalado por el Departamento Administrativo de Planeación conforme a la norma de sismo resistencia NSR-10 o cualquiera que la modifique, adicione o sustituya.

ARTÍCULO 26º: LAS VALLAS PUBLICITARIAS, VALLAS ELECTRONICAS Y/O DIGITALES Y LAS ESPECIES ARBÓREAS. Para la instalación de la valla o elemento estructural, no se podrá intervenir ninguna especie arbórea o afectar su estructura y desarrollo funcional; tampoco podrá localizarse entre sus ramas, tronco o raíces ningún tipo de publicidad o parte de su estructura.

De igual manera, las vallas no podrán ser instaladas en sitios que interrumpan la visual de una especie arbórea, en especial de importancia ecológica, urbana o árboles notables.

PARÁGRAFO: En caso de incumplimiento de lo establecido en el presente Artículo se aplicaran las disposiciones contenidas en el Capítulo II del Título IX del presente Acuerdo.

ARTÍCULO 27°: PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN VÍAS REGIONALES. En las vías regionales Cali-Jamundí (desde el río Lili hasta el río Jamundí), y Cali-Puerto Tejada (a partir del cruce con la vía Cali-Jamundí) la valla, valla electrónica y/o digital o el elemento estructural y la publicidad exterior visual de que trata la Ley 140 de 1994, deberá estar ubicada a una distancia mínima de quince (15) metros lineales a partir del borde de la calzada. La publicidad de la valla, valla electrónica, digital o elemento estructural deberá instalarse cada doscientos cuarenta (240) metros.

ARTÍCULO 28°: VALLAS O ELEMENTOS ESTRUCTURALES EXISTENTES. La valla o elementos estructurales y la publicidad exterior visual que se encuentre instalada y que no cumpla con la reglamentación establecida en el presente Acuerdo, deberá ser removida, trasladada o modificada, según sea el caso, para lo cual se le concede al propietario un plazo de seis (6) meses a partir de la sanción del presente acuerdo de conformidad con lo dispuesto en el parágrafo 1 del presente artículo. Vencido el plazo, de presentarse el mismo supuesto factico descrito en el precepto, en cualquier tiempo y en todas las oportunidades en que esto ocurra, se dará aplicación a lo dispuesto en el Parágrafo 1 del presente artículo, con el fin de dirimir dichas controversias

En el evento de que ello no se realice, se deberán adelantar las medidas establecidas en el Título IX de este acuerdo.

PARÁGRAFO 1°: En el evento que existan dos o más vallas, pantallas electrónicas y/o digitales o elementos estructurales en lugar permitido, conforme a los términos establecidos en el presente título, pero que por su ubicación y distancia con otro u otros, esté violando el presente Acuerdo, se dará prelación a uno en el siguiente orden:

1. A la valla o elemento estructural que cuenten con registro vigente más antiguo en el Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Subdirección de Ordenamiento Urbanístico.
2. Si ninguna tiene registro vigente, a aquella que tenga el registro aprobado más antiguo.
3. Si ninguna tiene registro aprobado, a aquella que tenga la solicitud de registro más antiguo.

4. Si no se cumple ninguno de las variables anteriores, como último criterio, al que resulte favorecido en sorteo público, con presencia de los propietarios o sus representantes, debidamente delegados, de las vallas o elementos estructurales involucrados e interesados, el cual se debe llevar a cabo en la sala de reuniones del Departamento Administrativo de Planeación Municipal - Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico. Este sorteo público se realizará dentro de los tres (3) meses siguientes al momento en que se tuvo conocimiento de los hechos que dieron origen a la controversia.

PARAGRAFO 2º: Las vallas o elementos estructurales que deban ser retiradas con ocasión de lo señalado en el presente Artículo, contarán igualmente con un plazo de seis (6) meses a partir del día siguiente de la notificación para ser retiradas. Al propietario que se le asigne la ubicación de la valla debe proceder con el debido registro ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico.

PARÁGRAFO 3º : Los propietarios de vallas o elementos estructurales ya instalados a la fecha de entrada en vigencia del presente Acuerdo que no tengan registro vigente, deberán presentar ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, la solicitud de registro dentro de los dos (2) meses siguientes a la publicación del presente Acuerdo. El Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico informará dentro de los tres (3) meses siguientes a la publicación del presente Acuerdo, cuales vallas o elementos estructurales no cumplen con los requisitos exigidos en el mismo.

ARTÍCULO 29º: COBRO DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. El cobro del impuesto de la publicidad exterior visual de que trata el presente acuerdo se registrá de conformidad con lo establecido en los artículos 130 al 135 del Decreto extraordinario 411.0.20.0259 de 2015 y las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

ARTÍCULO 30º: VALLAS INSTITUCIONALES. Las vallas institucionales tienen por objeto comunicar actividades de los organismos del Estado. Se registrá por lo previsto en este Acuerdo y sólo por excepción podrán ubicarse en el espacio público adyacente a la obra en desarrollo. Estas vallas son temporales y

contienen información institucional, preventiva, reglamentaria o direccional sobre servicios, medidas o sistemas de seguridad o transporte, construcción y reparación de obras y vías, programas de recreación, medio ambiente, educación, salud e higiene o comportamientos cívicos. El área máxima será de dieciocho (18) metros cuadrados.

TÍTULO II

NORMAS GENERALES PARA EL COMPONENTE DE LA PUBLICIDAD EN MOBILIARIO URBANO, PUBLICIDAD MENOR Y AVISOS

CAPITULO I

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN MOBILIARIO URBANO

ARTÍCULO 31°.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 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 32°. 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, el Artículo 269 del Acuerdo 0373 de 2014 y demás normas que lo modifiquen adicionen o sustituyan, podrá instalarse 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 de elementos complementarios del espacio público.

PARAGRAFO: “En todos los casos la Dependencia encargada de expedir la licencia de intervención y ocupación del espacio público será el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, de conformidad con las disposiciones del Decreto 1077 de 2015 o las normas que lo modifiquen, adicionen o sustituyan

ARTÍCULO 33°. 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 0373 de 2014 (Plan de ordenamiento

Territorial del Municipio de Santiago de Cali), o la norma que lo adicione, modifique o sustituya.

CAPÍTULO II

PUBLICIDAD MENOR

AVISOS

ARTÍCULO 34°. AVISOS. Un aviso es el conjunto de elementos compuesto por logos y letras o una combinación de ellas que se utilizan como anuncio, señal o publicidad en las fachadas de los inmuebles con fines profesionales, culturales, comerciales turísticos o informativos donde funcionan establecimientos de comercio.

PARÁGRAFO. No constituyen avisos comerciales los elementos informativos destinados a señalar el ingreso y salida de los establecimientos de comercio, como tampoco los que designan el horario de atención al público.

ARTÍCULO 35°: MATERIALES. Los avisos comerciales que identifiquen cualquier establecimiento de comercio deberán estar fabricados en materiales resistentes al uso y la intemperie. El propietario del establecimiento será el responsable de su mantenimiento. No se permite la instalación de avisos hechos en tela e instalados de forma perpendicular ni que sobresalgan frontalmente a la fachada del predio.

PARÁGRAFO: Cuando el aviso muestre deterioro o mal estado, Secretaría de Seguridad y justicia–Subsecretaria de Inspección Vigilancia y control, ordenará a su propietario la restauración del mismo. En caso de no acatar la orden, se informará a la Secretaría de Seguridad y Justicia, Subsecretaria de acceso a servicios de justicia, para que a través de los inspectores de policía, proceda de acuerdo a su competencia y al régimen sancionatorio previsto en este acuerdo si fuere el caso.

ARTÍCULO 36°: INSTALACIÓN. Podrán instalar avisos comerciales los propietarios de los establecimientos comerciales, industriales y de servicios, responsables del impuesto de avisos y tableros a que se refieren las Leyes 97 de 1913, 84 de 1915 y 14 de 1983, el Decreto 1333 de 1986, la Ley 75 de 1986, como complementario del Impuesto de Industria y Comercio.

Se permite únicamente la instalación de un (1) aviso comercial en un solo plano continuo o fachada por establecimiento de comercio y su dimensión será máximo de 8 metros cuadrados.

Para los Establecimientos ubicados en predios esquineros podrán instalar avisos en cada una de sus fachadas. En este evento, el área permitida se contabilizará para cada una de estas.

PARÁGRAFO 1º: En Ciudadelas comerciales que contengan fachadas de mayor extensión, podrá instalarse un (1) aviso de máximo veinte (20) metros cuadrados, por cada cuatrocientos (400) metros cuadrados de fachada, lo cuales deberán estar separados por una distancia mínima de diez (10) metros lineales medidos desde los bordes externos de cada aviso. Dichos establecimientos de comercio deberán ser los titulares de la marca y deberán contar con acceso desde el espacio público.

El cobro estará sujeta al pago de derechos económicos por su instalación o funcionamiento, de conformidad con lo establecido en los artículos 130 al 135 del Decreto extraordinario 411.0.20.0259 de 2015 y las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

PARÁGRAFO 2º En los centros comerciales y almacenes de grandes superficies, de existir uno o más avisos con logo o distintivo del mismo establecimiento y estos superen el área de 8 metros cuadrados, serán responsables del pago del impuesto de publicidad exterior visual conforme lo establece el inciso segundo del Artículo 15 de la Ley 140 de 1994 y el Acuerdo 0259 de 2015 o la norma que lo modifique adicione o sustituya.

PARÁGRAFO 3º: En los siguientes sectores, se buscarán mecanismos de armonización para la instalación de avisos en establecimientos de comercio que permitan minimizar la alteración del paisaje, dichas disposiciones serán construidas a través de talleres de participación para la elaboración de diseños y serán convocados por la Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico.

Parque Versalles
Plazoleta Jairo Varela
Parque Simón Bolívar Cali
Plaza de Caicedo
Plazoleta de San Francisco
Bulevar del Rio Cali
Parque San Nicolás
Colina de San Antonio
Parque Panamericano

Loma de la Cruz
Calle Novena Frente a las Canchas Panamericanas
Monumento al Gato de Tejada
Parque del Perro
Parque del Peñón
Avenida San Joaquín (calle 16 con Carrera 105 y Carrera 105 con Calle 13)
Avenida sexta Norte (desde la Calle 13 hasta la 35)
Carrera 66 (entre Calles novena y Trece)
Avenida Novena Norte (desde la Calle Novena hasta la Calle 22)

ARTÍCULO 37°: UBICACIÓN. Los avisos de los establecimientos comerciales, industriales o de servicios deberán estar adheridos o adosados totalmente a las fachadas de las correspondientes edificaciones o locales donde funcionan.

ARTÍCULO 38°: DIMENSIONES. Un aviso comercial podrá ocupar hasta del veinte por ciento (20%) del área total de la fachada del inmueble donde funciona el establecimiento, sin superar la dimensión total de ocho (8) metros cuadrados. En todo caso, el aviso, incluyendo todos sus elementos constitutivos, no podrá sobresalir de la fachada más allá de veinticinco (25) centímetros.

Para efectos de este artículo, se entenderán como la fachada el local donde funciona el establecimiento, y no se tendrá en cuenta la altura total del edificio cuando este no sea parte del establecimiento de comercio. Se entenderán parte de la fachada las vitrinas que se utilicen para la instalación de avisos.

ARTÍCULO 39°: AVISOS AISLADOS. Podrán ser instalados avisos aislados en las estaciones de servicio, parqueaderos en playa, centros comerciales y, en general, edificaciones que posean áreas libres privadas que no tengan un paramento o fachada definida, siempre que se encuentren al interior de la línea de construcción y no sobresalgan sobre espacio público o predios colindantes.

Los avisos aislados deberá tener dimensiones inferiores a doce (12) metros cuadrados y su altura no podrá superar quince (15) metros contados desde el nivel del piso hasta el punto más alto del aviso. Las estaciones de servicio podrán instalar avisos separados de fachada inferiores a doce (12) metros cuadrados, los cuales estarán sujetos al registro y el pago de impuestos de conformidad con lo establecido en el título II de este Acuerdo.

ARTÍCULO 40°: AVISOS ESPECIALES: Se permitirá la instalación de avisos distintivos sobre estructuras fijas en establecimientos de comercio, industriales o de

servicios de cadenas comerciales solo en predios con frente a una sección vial mínimo de (40) metros, dicho aviso podrá contener su logotipo, símbolo o razón social y podrá instalarse sobre fachadas o fuera de estas, siempre y cuando estos no tengan un área superior a veinte (20) metros cuadrados y estén ubicados al interior de la línea de construcción o paramento. Se permitirá uno (1) por establecimiento y en ningún caso podrán incluirse avisos promocionales o publicidad comercial, su cobro estará sujeto al pago de derechos económicos por su instalación o funcionamiento, de conformidad con lo establecido en los artículos 130 al 135 del Decreto extraordinario 411.0.20.0259 de 2015 y las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

Los avisos deberán ser elaborados con materiales resistentes a la intemperie. Se les deberá dar un adecuado mantenimiento, para que no se presenten condiciones de deterioro en los mismos. En caso de renuencia la Secretaría de Seguridad y justicia- Subsecretaría de Inspección Vigilancia y Control procederá de conformidad con las medidas administrativas establecidas en el Capítulo II del Título IX de este acuerdo.

ARTICULO 41°: AVISOS EN PREDIOS SIN ANTEJARDÍN Y EN PREDIOS CON PÓRTICO. Los avisos comerciales ubicados en predios sin antejardín o en aquellos que tienen pórtico, no podrán estar ubicados a una altura menor de dos punto veinte (2.20) metros, medidos desde el nivel del piso hasta la parte inferior del aviso.

ARTÍCULO 42°:AVISOS EN INMUEBLES CON VARIOS ESTABLECIMIENTOS. En la fachada de los inmuebles donde operan varios establecimientos comerciales, industriales o de servicio, únicamente podrán instalar un aviso menor a 8 metros cuadrados los establecimientos que tengan acceso independiente desde el espacio público.

Los establecimientos, podrán fijar en el primer piso de la fachada y a manera de mosaico, el nombre o razón social del establecimiento. Dicho elemento publicitario no podrá ser de dimensiones superiores a doce metros cuadrados – 12 m².

PARÁGRAFO. En caso de que sus dimensiones sean superiores a ocho (8) metros cuadrados, el aviso deberá ser registrado ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal - Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, para proceder a su liquidación de impuestos tal como lo establece el Decreto Extraordinario 0259 de 2015 Estatuto Tributario Municipal.

ARTÍCULO 43°: AVISOS EN EDIFICACIONES SOMETIDAS AL RÉGIMEN DE PROPIEDAD HORIZONTAL. Los avisos comerciales instalados en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal se regirán por lo dispuesto en este Acuerdo. Cualquier disputa o conflicto entre diferentes copropietarios por la instalación de avisos comerciales, deberá ser dirimida mediante los mecanismos adecuados previstos en reglamento de copropiedad o en su defecto, ante la justicia ordinaria.

ARTÍCULO 44°: AVISOS DE CAJEROS AUTOMÁTICOS. En los inmuebles donde operan redes de cajeros automáticos estos podrán contar con sus respectivos avisos de identificación, independientemente de aquellos que identifican los establecimientos de comercio que se encuentren ubicados en dicho inmueble.

Los avisos deberán instalarse en el sitio donde se encuentra ubicado el cajero automático, limitando sus dimensiones a la puerta o sitio de ingreso.

ARTÍCULO 45°: AVISOS DE ARRENDAMIENTO, VENTA Y ALQUILER DE INMUEBLES. Los avisos de arrendamiento, alquiler de vivienda, venta de inmuebles, lotes u otros bienes raíces fijados por inmobiliarias, constructoras y particulares sobre las fachadas o ventanas de los inmuebles, no requerirán de permiso para su fijación. Sus dimensiones no podrán exceder de ocho (8) metros cuadrados, ni el 20% del área de la fachada.

Se permitirá únicamente la fijación de un aviso por fachada y deberá realizarse con fondo blanco y letras rojas.

ARTÍCULO 46°: AVISOS DE PROXIMIDAD. Se podrán instalar avisos para advertir la proximidad de un lugar o establecimiento, ubicado en zona rural del Municipio. Dichos elementos podrán fijarse únicamente al lado derecho de la vía, según el sentido de circulación del tránsito, en dos (2) lugares diferentes en el área de un (1) Kilómetro antes de la llegada al establecimiento.

Los avisos de proximidad podrán tener un tamaño máximo de cuatro metros cuadrados – 4M² y no podrán ubicarse a una distancia inferior a quince (15) metros lineales contados a partir del borde de la calzada. En ningún caso podrán obstaculizar la visibilidad de la señalización vial, de nomenclatura o informativa.

ARTÍCULO 47°: AVISOS LUMINOSOS. Sólo se permitirá la utilización de avisos luminosos sobre las fachadas de los establecimientos con frente a vías vehiculares

con sección transversal mayor a diez (10) metros, con excepción de aquellos establecimientos que por disposición de autoridad competente deban iluminar su aviso en horario nocturno, como por ejemplo, las droguerías. En todo caso su dimensión será la misma establecida en el Art. 38 de este acuerdo.

ARTÍCULO 48º: AVISOS EN INMUEBLES DE INTERÉS PATRIMONIAL. La instalación de avisos en inmuebles de interés patrimonial, o ubicados dentro de zonas de interés patrimonial, se regirán por lo establecido en el Acuerdo 0373 de 2014, en las normas que se expidan sobre los planes especiales de manejo patrimonial o demás normas que lo modifiquen o complementen.

En todo caso, de manera adicional a lo establecido por el Acuerdo 0373 de 2014 o demás normas que lo modifiquen o complementen, se deberán ajustar a las siguientes condiciones:

- a) Se permitirá únicamente la instalación de un (1) aviso comercial por inmueble. En ningún caso se permitirán avisos promocionales o de publicidad comercial.
- b) No pueden ser pintados directamente sobre la fachada, ni sobre los muros o rejas del cerramiento de antejardín.
- c) Se deberán disponer de forma horizontal, adosados completamente a la fachada y no podrán exceder, individualmente o en conjunto, cuando se trate de varios establecimientos de comercio, del 5% de la fachada del inmueble.
- d) Podrán ser letras, símbolos o imágenes en material resistente a la intemperie, de color bronce únicamente. No se permiten los avisos luminosos, los avisos con fondo de colores ni con superficies reflectivas.
- e) Deberán respetar la arquitectura del bien inmueble de conservación arquitectónica y no podrán, en ningún caso, fijarse sobre puertas, ventanas, cornisas, relieves u ornamentos.
- f) Los avisos de establecimientos de comercio o de servicios no podrán bajo ninguna circunstancia alterar la fachada del inmueble donde se encuentran instalados, sus materiales ni cualquiera de los elementos componentes de la edificación.

- g) En todo caso, la instalación de avisos en zonas y bienes de interés patrimonial, deberá respetar lo dispuesto en el Acuerdo 0373 de 2014, teniendo en cuenta las áreas de influencia establecidas para cada bien en sus anexos y fichas PEMP.

ARTÍCULO 49º: AVISOS EN ESPACIO PÚBLICO. La empresa que haya celebrado convenio con la Administración Municipal para realizar el mantenimiento de determinada área de espacio público, podrá instalar avisos en espacio público con el nombre o distintivo de la empresa. La autorización para su instalación se tendrá como contraprestación al servicio de mantenimiento prestado.

Los avisos publicitarios previstos en este artículo se deberán ajustar a las siguientes condiciones:

- a) Sus dimensiones podrán ser hasta de 0.70 metros de largo por 0.50 metros de ancho.
- b) El setenta por ciento (70%) del aviso deberá ser destinado a la publicación de mensajes institucionales o cívicos y únicamente un treinta por ciento (30%) podrá contener el logotipo de la empresa que realice el mantenimiento. En todo caso, no podrá contener información comercial.

ARTÍCULO 50º: PROXIMIDAD DE AVISOS EN ESPACIO PÚBLICO. La distancia mínima que debe existir entre dos avisos instalados en espacio público, de conformidad con el artículo precedente, se determinará según el sitio donde hayan de ser instalados, de la siguiente manera:

- a) En separadores viales con sección transversal mayor a veinte (20) metros, deberá existir una distancia de cien (100) metros lineales entre un aviso y otro.
- b) En separadores de sección transversal entre 2 (dos) y veinte (20) metros deberá existir una distancia de doscientos cincuenta (250) metros lineales entre un aviso y otro.
- c) En zonas verdes, deberá existir una distancia de mil (1000) metros cuadrados entre un aviso y otro.

PARÁGRAFO: Para separadores con una sección transversal menor a dos (2) metros no se permitirá la instalación de avisos en espacio público. En áreas menores a las expresadas no se permitirá la instalación de avisos.

ARTÍCULO 51°: AVISOS DE PROMOCIÓN O VENTA DE BIENES INMUEBLES.

Los avisos comerciales de inmobiliarias o empresas de promoción de venta o alquiler de vivienda, lotes u otros bienes raíces, se sujetarán a lo establecido en el presente Acuerdo. Sin embargo, se permite la instalación de dos (2) avisos por proyecto de construcción o venta de bienes inmuebles, que deberán estar ubicados en un área de expansión de un (1) kilómetro en cercanía a la obra en los lugares permitidos dentro del presente acuerdo.

ARTÍCULO 52°: CONSTRUCCIÓN DE LOCALES COMERCIALES. En los proyectos de construcción de inmuebles creados para adecuar locales comerciales, se deberá delimitar un área correspondiente al 20% del área de la fachada para los que tengan acceso independiente, para la instalación de los respectivos avisos. Dicha área se regirá por lo dispuesto en este capítulo.

PARÁGRAFO. Las Curadurías Urbanas del Municipio de Santiago de Cali deberán reportar a la Secretaría de Seguridad y Justicia los proyectos de construcción de locales comerciales autorizados por las mismas con el propósito de verificar el cumplimiento de lo dispuesto en este artículo.

ARTÍCULO 53°: PROHIBICIONES. No se permitirá la instalación de avisos comerciales en las siguientes condiciones:

- a) Avisos tipo pasacalle o pendón sobre las fachadas del inmueble, cerramientos de antejardín y sobre columnas en los pórticos.
- b) Avisos comerciales instalados en forma perpendicular a la fachada.
- c) En espacio público, sus elementos constitutivos o complementarios, con excepción de los avisos institucionales debidamente autorizados.
- d) En áreas comunes interiores o exteriores.
- e) En individuos arbóreos y en áreas definidas en la Estructura Ecológica principal del Municipio.

ARTÍCULO 54°: REGISTRO. Los avisos comerciales individuales adosados en la fachada de un inmueble no requerirán el registro de Publicidad Exterior Visual, pero deberán contar con un concepto previo a su instalación por parte de la Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, y podrán ser sancionados por el incumplimiento de lo dispuesto en este Acuerdo, de conformidad con el procedimiento sancionatorio establecido en el Título IX de este acuerdo.

Los avisos aislados, especiales, mosaicos de centros comerciales y avisos ubicados en fachadas de ciudadelas comerciales, cuyas dimensiones superen los ocho (8) metros cuadrados deberán contar con registro de Publicidad Exterior Visual para su instalación, su cobro estará sujeto al pago de derechos económicos por su instalación o funcionamiento, de conformidad con lo establecido en los artículos 130 al 135 del Decreto extraordinario 411.0.20.0259 de 2015 y las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan, siendo objeto de renovación cada año.

CAPITULO III

PASACALLES, MINIVALLAS, AFICHES, DUMMYS Y MUROS CARTELERA

ARTÍCULO 55°: PASACALLES: Se prohíbe la instalación de pasacalles y pendones Móviles en el Municipio de Santiago de Cali. La infracción a esta prohibición acarreará una sanción pecuniaria, conforme a lo dispuesto en la Ley 1801 de 2016 y las normas que la modifique, adicione, o sustituya, la cual se encuentra prevista en el Título IX del presente Acuerdo.

ARTÍCULO 56°: MINIVALLAS: Se permite la instalación de minivallas con un área de nueve (9) hasta doce (12) metros cuadrados con una altura máxima de instalación de 7m medidos a partir de terreno, dichos elementos se instalarán en lotes sin construir, anclados sobre una estructura de material estable y resistente a la intemperie.

PARÁGRAFO: para todos los efectos, cada minivalla estará constituida por una sola cara publicitaria y su medida será la del tablero que exhibe la publicidad. La distancia entre una minivalla y otra será de ciento veinte (120) metros medidos en forma lineal y por cada costado vehicular

ARTÍCULO 57°: AFICHES O CARTELES: Se podrán colocar afiches o carteles en muros cartelera y en los sitios o lugares definidos por el Departamento

Administrativo de Planeación Municipal- Subdirección de Espacio Público Y Ordenamiento Urbanístico.

ARTÍCULO 58°: Quien instale afiches o carteles en lugares distintos a los muros Autorizados por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal-Subdirección de Espacio Público Y Ordenamiento urbanístico, será sujeto de sanción, conforme a lo dispuesto en la Ley 1801 de 2016 y las normas que la modifique, adicione, o sustituya, la cual se encuentra prevista en el Título IX del presente Acuerdo.

PARAGRAFO: La Administración Municipal a través del Departamento Administrativo de Planeación Municipal- Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico en un término de tres (3) meses a partir de la publicación de este acuerdo, establecerá los lugares en los cuales puede instalarse los afiches y carteles.

ARTÍCULO 59°: INSTALACIÓN: la instalación o colocación de afiches y carteles requiere de autorización previa del Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico.

PARAGRAFO En todo caso no se podrá instalar o colocar afiches y carteles en individuos arbóreos y en áreas definidas en la Estructura Ecológica principal del Municipio

ARTÍCULO 60°: PUBLIPOSTES: Se podrán instalar para comunicar programas y eventos de la Alcaldía Municipal previa autorización de la oficina de comunicaciones, solo con publicidad cívica, cultural y deportiva de las diferentes Dependencias y Concejo de Cali en dimensiones máximas de 0.60 metros de ancho por 1.20 metros de altura, se podrá dedicar un 30% del espacio de la estructura a publicar información comercial en una única cara de la estructura, por el tiempo que dure el evento; lo anterior de acuerdo con las disposiciones del inciso segundo del Artículo primero de la Ley 140 de 1994.

Podrán instalarse con un tiempo de antelación no superior a un (1) mes de anterioridad del evento y deberán retirarse dentro de las cuarenta y ocho (48) horas siguientes a su terminación.

La instalación de pendones deberá solicitar autorización previa por parte de la oficina de comunicaciones de la Alcaldía y del Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento

Urbanístico, dependencia que determinará los sectores de la ciudad donde podrán ser instalados.

ARTÍCULO 61°: PENDONES MÓVILES. No se permite los pendones móviles o sostenidos por personas de encontrarse esta situación, procederá la Policía Nacional a su retiro inmediato e informará a la autoridad competente, procediendo a sancionar, de acuerdo al régimen sancionatorio establecido.

ARTÍCULO 62°: DUMMYS: Se permitirá la instalación de globos o dummies publicitarios con dimensiones inferiores a ocho (8) metros cuadrados en el espacio libre privado de un bien inmueble. Su figura volumétrica no podrá sobresalir sobre bienes colindantes, espacio público ni el aislamiento posterior del predio privado.

ARTÍCULO 63°: PROHIBICIONES: Se prohíbe instalar afiches, pendones, avisos tipo tijera y dummies en los siguientes sitios:

1. Al interior de la Plaza de Caicedo, Estatua de Sebastián de Belalcázar, Paseo de Bolívar, Puente Ortiz, Puente España, Puente de la Cervecería, Puente Chipichape, Plazoleta del Correo, Parque de los Poetas, Plazoleta Alférez Real, Plazoleta del CAM, Plazoleta de San Francisco, La Ermita, Manzana T, Iglesia y Colina de San Antonio, Parque Panamericano, Parque Uribe Uribe, Parque del Acueducto, Parque de la Música, Plazoleta Jairo Varela, Y el Bulevar del río
2. En los puentes peatonales y vehiculares, postes de alumbrado público.
3. En área correspondiente a Espacio Público y sus elementos complementarios.
4. En los semáforos, elementos de señalización vial y sus parales.
5. En las zonas e inmuebles de interés patrimonial.
6. En individuos arbóreos y en áreas definidas en la Estructura Ecológica principal del Municipio.

PARAGRAFO: Para información institucional de carácter temporal con componente informativo, preventivo, reglamentario o direccional sobre servicios públicos, sistemas de seguridad o transporte, turismo, protección al ambiente, eventos culturales, actividades programas y proyectos de la Administración Municipal, cuidado de la salud e higiene,

comportamientos cívicos, y demás información de importancia institucional se permitirá su instalación, previa autorización por parte del Departamento Administrativo de Planeación Municipal- Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico. En todos los casos, quien solicite dicha autorización deberá contar con la aprobación por parte de la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Santiago de Cali.

ARTÍCULO 64°: DERECHOS A PAGAR. La instalación de pendones y Dummys con dimensión superior a 8 metros cuadrados generará el cobro de derechos económicos a favor del Municipio de Santiago de Cali, el cual se realizará de conformidad con lo establecido en los artículos 130 al 135 del Decreto Extraordinario 411.0.20.0259 de 2015 y las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

ARTÍCULO 65°: INCUMPLIMIENTO. El incumplimiento de lo dispuesto en este capítulo para la ubicación de afiches, pendones y Dummys acarreará sanción pecuniaria, que se impondrá por la Secretaría de Seguridad y Justicia-Subsecretaría de acceso a la justicia, conforme a lo dispuesto en la Ley 1801 de 2016 y las normas que la modifique, adicione, o sustituya, la cual se encuentra prevista en el Título IX del presente Acuerdo.

ARTICULO 66°: RETIRO. Los afiches, pendones, dummys y Publicidad Móvil que no cumplan con lo establecido en este Acuerdo podrán ser retirados en cualquier momento por la Secretaría de Seguridad y Justicia- Subsecretaría de acceso a servicios de Justicia. También podrán ser retirados aquellos que se encuentren fijados sobre las fachadas y los antejardines de los bienes inmuebles.

TÍTULO III

PUBLICIDAD ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL

ARTÍCULO 67°: VALLAS DE PUBLICIDAD ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL. Las vallas de publicidad electrónica son elementos publicitarios que utilizan sistemas electrónicos o digitales para su funcionamiento, mediante las cuales se exhiben anuncios publicitarios con movimiento cambiante, mediante mecanismos o mandos electrónicos. Las vallas de publicidad electrónica podrán utilizar tecnología PLASMA, LED, y/o cualquier otro dispositivo de desarrollo tecnológico.

ARTÍCULO 68°: MENSAJE INSTITUCIONAL. Toda valla de publicidad electrónica deberá dedicar un 30% del tiempo de cada anuncio para la transmisión de mensajes

institucionales, previamente aprobados por la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Santiago de Cali.

ARTÍCULO 69º: CONTROL. El operador publicitario deberá permitir la consulta remota y en línea del contenido transmitido por la valla de publicidad electrónica instaladas en el Municipio de Santiago de Cali, suministrando el acceso a la URL a partir de la cual se transmite el contenido al Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico. Lo anterior, de acuerdo con los protocolos de seguridad que establezca el Departamento Administrativo de Planeación Municipal, de conformidad con el sistema electrónico de Publicidad Exterior Visual.

ARTÍCULO 70º: REGISTRO. La instalación de vallas de publicidad electrónica deberá obtener registro de Publicidad Exterior Visual expedido por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, previo cumplimiento de los requisitos exigidos por este Acuerdo. El cobro estará sujeto al pago de derechos económicos por su instalación o funcionamiento, de conformidad con lo establecido en los Artículos 130 al 135 del Decreto extraordinario 411.0.20.0259 de 2015 y las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

ARTÍCULO 71º: CONDICIONES PARA SU INSTALACIÓN. La instalación de vallas de publicidad electrónica deberá cumplir con las siguientes condiciones:

- g) Deberá estar instalada sobre una estructura tubular, metálica o de otro material resistente, con sistemas fijos que se cimentaran por debajo del nivel de la superficie del predio. Deberán estar ubicadas a partir de la línea de paramento al interior de los predios en áreas libres de ocupación.
- h) Las Vallas de publicidad electrónica y/o digital deberán estar instaladas sobre estructuras fijas, las cuales en ningún caso podrán generar movimiento o rotación de la pantalla.
- i) Las vallas electrónicas podrán utilizar únicamente una cara de su superficie para transmitir anuncios publicitarios.
- j) No se permite la transmisión de anuncios publicitarios con sonido.

- k) La estructura fija que soporta la valla electrónica no podrá atravesar la cubierta del inmueble ni las placas que separan sus pisos.
- l) Su instalación no podrá generar contaminación visual, de conformidad con lo establecido en el presente Acuerdo.

PARAGRAFO: Se establece un área de influencia de cincuenta 50 metros radiales dentro del ángulo de proyección lumínica, tomados desde el lugar de instalación de la pantalla electrónica y/o digital, hasta inmuebles destinados a vivienda urbana.

ARTÍCULO 72º: DIMENSIONES. Se permite la instalación de vallas de publicidad electrónica y/o digital las cuales deberán tener una dimensión de (08) hasta (16) metros cuadrados. Los módulos que conforman la pantalla electrónica deberán estar instalados en un mismo plano continuo y de proyección vertical.

ARTÍCULO 73º: UBICACIÓN. La ubicación de las vallas de publicidad electrónica estará sujeta a los siguientes requisitos:

Se podrán instalar únicamente en los lugares indicados en el presente Acuerdo.

- a. Está prohibida la afectación vial por instalación de vallas electrónicas y/o, digitales de dos (2) costados vehiculares y/o peatonales simultáneamente.
- b. Se permite la instalación de vallas electrónicas en el sector ubicado en la Calle Quince (15) entre carrera Diez (10) y Carrera segunda (2) sobre culatas de las edificaciones a lado y lado de la vía. La distancia entre vallas electrónicas no podrá ser inferior a Ochenta metros medidos en forma lineal y sobre cada costado.

ARTÍCULO 74º: SITIOS DONDE NO SE PERMITE LA PUBLICIDAD ELECTRÓNICA. No se podrán instalar pantallas de publicidad electrónica en los siguientes lugares:

- a) En vías locales conforme al plano de jerarquización vial establecido en el Acuerdo 0373 de 2014 y demás normas que lo adicione, modifique o sustituya.

- b) En las zonas rurales y en vías regionales y/o intermunicipales.
- c) A menos de doscientos (200) metros radiales de glorietas o cruces no semaforizados entre vías arterias o colectoras.
- d) En los sitios contemplados en el artículo 20 del presente Acuerdo.
- e) Se prohíbe la instalación de vallas electrónicas y/o digitales en predios de actividad residencial neta y residencial predominante conforme a las disposiciones del Acuerdo 0373 de 2014 o las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

ARTÍCULO 75º: DISTANCIA. La distancia mínima que debe existir entre dos pantallas de publicidad electrónica y/o digital será de 300 metros radiales, a excepción del sector contemplado en el literal c) del Artículo 73 del presente acuerdo.

PARAGRAFO 1: La distancia mínima que debe existir entre una valla publicitaria y una valla Electrónica y/o Digital, será de 160 metros medidos de forma lineal y en el mismo costado vehicular.

ARTÍCULO 76º: ALTURA. La altura máxima permitida para las pantallas de publicidad electrónica será de doce (12) metros, contados a partir del nivel del terreno del predio hasta la parte superior de la valla.

ARTÍCULO 77º: REQUISITOS TÉCNICOS.

- a) Los tonos de color de fondo, los logotipos, las letras, las imágenes, ilustraciones, símbolos y cualquier otro elemento gráfico o de video no podrá parpadear, titilar, girar o desplazarse en intervalos inferiores a ocho (8) segundos.
- b) La iluminación de las pantallas electrónicas no podrá cambiar de intensidad en intervalos inferiores a dos (2) segundos.
- c) La duración máxima de la transición de la imagen electrónica, o el cambio de los mensajes transmitidos, no podrá ser inferior a Tres (3) segundos.
- d) Todas las señales de publicidad electrónica deberán estar equipadas con un mecanismo que, en caso de presentarse un mal funcionamiento en la programación electrónica, por defecto detenga el mensaje o congele la imagen transmitida en el momento.

- e) Los signos de mensajería electrónica no deberán exceder de una luminosidad máxima de 5000 NITS (candelas por metro cuadrado) durante el día, y 500 NITS (candelas por metro cuadrado) entre las 6:00p.m. y la 1:00a.m. Después de este horario deberán ser apagadas. Esta densidad será medida desde la cara frontal del elemento publicitario.

En todos los casos, las pantallas electrónicas no podrán incorporar altavoces de audio.

ARTÍCULO 78º: ILUMINACIÓN. En las pantallas de publicidad electrónica y/o, digitales se prohíben en materia de luminosidad:

- a) Los haces o rayos de luz dirigidos en cualquier sentido a la calzada de una carretera.
- b) Los haces o rayos de luz emitidos con un nivel de intensidad o brillo que genere reflejos de manera tal que ponga en peligro la visión del operador de cualquier vehículo automotor o peatón que transite por la vía.

ARTÍCULO 79º: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA. Las innovaciones tecnológicas que surjan en materia de publicidad electrónica y no se puedan regular por lo establecido en este Acuerdo, serán reglamentadas por el Concejo Municipal..

TITULO IV PUBLICIDAD MÓVIL

ARTÍCULO 80º: PUBLICIDAD MÓVIL: Es aquella que se encuentra en movimiento y se desarrolla a través de los vehículos autorizados para tal fin. Estos pueden ser vehículos automotores, que tenga posibilidad de movimiento.

PARÁGRAFO: Podrá instalarse publicidad Móvil a través de los vehículos en las siguientes modalidades:

- a) Buses Busetas y microbuses.
- b) Vehículos tipo automóvil.
- c) Vehículos de carga.
- d) Vehículos con plataforma exclusiva para porte de publicidad.
- e) Vehículos de servicio de transporte masivo MIO

ARTÍCULO 81°: DISPONIBILIDAD DEL REGISTRO POR PARTE DE LA SECRETARÍA DE MOVILIDAD. La Secretaría de Movilidad Municipal tendrá acceso a la base de datos de Publicidad Exterior Visual, donde podrá consultar los Registros de Publicidad Exterior Visual expedidos para elementos de publicidad móvil. En todo caso, el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público Ordenamiento Urbanístico, remitirá a la Secretaría de Movilidad un reporte mensual sobre los elementos de publicidad móvil autorizados, los cuales deberán estar plenamente identificados.

ARTÍCULO 82°: CONDICIONES. Todo elemento de publicidad móvil deberá cumplir con las siguientes condiciones:

- a) En ningún caso podrá modificar o adicionar el ancho y/o la longitud original del vehículo o elemento portador ni podrá sobresalir de los límites laterales, frontales y posteriores del mismo.
- b) La altura del vehículo y el elemento publicitario fijado en el mismo no podrá ser superior a 4.10 metros.
- c) No podrá obstaculizar la visibilidad de las placas de identificación del vehículo, o inducir a error en su lectura.
- d) No podrá ocupar u obstaculizar las ventanas o puertas del vehículo con publicidad exterior visual.
- e) El anuncio o elemento publicitario fijado sobre vehículo no podrá, en ningún caso, modificar el color predominante establecido en la tarjeta de propiedad del vehículo.

ARTICULO 83°: VEHÍCULOS SOBRE LOS CUALES PUEDE SER INSTALADA LA PUBLICIDAD MÓVIL. De conformidad con lo establecido en el Código Nacional de Tránsito (Ley 769 de 2002) y la Resolución No. 3019 de 2010 del Ministerio de Transporte y las normas que los adicionen, modifiquen complementen se permite la instalación de publicidad móvil la cual podrá ejercerse a través de los siguientes vehículos automotores:

- a) **Transporte Colectivo de Pasajeros:** Solamente se autorizará la instalación de Publicidad Exterior visual en Buses Busetas y Microbuses de servicio público de transporte colectivo de pasajeros, que tenga registrado cada

Empresa en el radio de acción Municipal en la Secretaría de Movilidad hasta en un cinco por ciento (5%) del total del parque automotor activo. El elemento publicitario podrá ser fijado en las siguientes condiciones:

- Se podrá fijar en los costados laterales del vehículo, en una proporción máxima del 100% de la superficie siempre y cuando se encuentre debajo de los vidrios. En ningún caso el anuncio ubicado en los costados laterales pueden obstaculizar la lectura de la placa de identificación del vehículo.
- Se podrá fijar en la parte posterior del vehículo, debajo de los vidrios, con una dimensión máxima de 0.75 metros de largo por 0.75 metros de ancho.

PARÁGRAFO: Para efectos del presente artículo, se deberá aportar fotocopia de la tarjeta de operación vigente al momento de la solicitud de registro, según lo establecido en el artículo 18 de la presente norma.

- b) **Autobuses que integran el Sistema Integrado de Transporte Masivo SITM-MIO:** Se permite la instalación de publicidad exterior visual móvil en los autobuses que integran el Sistema de Transporte Masivo de Santiago de Cali SITM-MIO que circulen por las vías troncales, pretroncales y alimentadoras, hasta en un 30% del total del parque automotor registrado en Metro Cali S.A. El elemento publicitario podrá ser fijado en una proporción máxima de 80% de la superficie debajo de los vidrios, toda vez que el área lateral de los autobuses cuentan con ventanas de mayor dimensión que corresponden aproximadamente al 40% de su área total y, adicionalmente, cuentan con mayor número de puertas en cada costados y señalética que limita el área útil de explotación publicitaria.
- c) **Transporte de servicio público individual tipo taxis y en los automóviles destinados al servicio público de transporte:** no podrán instalarse o adherirse vallas, avisos o letreros en los costados laterales, ni en el trasero, excepto los que identifiquen la Empresa y el tipo de servicio. Se podrá instalar un anuncio publicitario únicamente en las capotas de los taxis, con dimensiones de hasta un (1) metro de largo por cincuenta (50) centímetros de altura en forma paralela, no podrá contrariar las normas nacionales de tránsito, ni impedir la lectura de la placa de identificación del automóvil que se debe visualizar en la cubierta desde el aire.
- d) **Vehículos particulares:** Se permitirá la publicidad móvil en vehículos particulares únicamente cuando sean de propiedad del anunciante. Se

podrá fijar en los costados laterales del vehículo, en una proporción máxima del 100% de la superficie siempre y cuando se encuentre debajo de los vidrios, en la parte posterior del vehículo se podrá en una dimensión de hasta 0.5 metros (cero punto cinco) por 0.5 metros (cero punto cinco metros), debajo de los vidrios.

- e) **Vehículos de carga:** Se permitirá la publicidad móvil en los vehículos de carga de servicio particular o público únicamente cuando el anuncio publicitario sea relativo a la empresa a la cual se encuentra vinculado el automotor. Se podrán fijar anuncios en los costados laterales de la cabina y debajo de los vidrios, ocupando una proporción máxima del Ochenta por ciento 80% de dichas superficies. Sobre los costados laterales del furgón, se permitirá la instalación de publicidad en una proporción máxima del 80% de cada superficie, y en la parte posterior se podrá en una dimensión de hasta el ochenta por ciento (80%) de este.
- f) **Vehículos con plataforma exclusiva para el porte de publicidad:** Los vehículos diseñados de manera exclusiva para el porte de elementos publicitarios tipo valla deberán estar registrados como carrocería planchón o plataforma. Este elemento de publicidad móvil deberá ajustarse a los siguientes parámetros:
 - a) El anuncio deberá tener dimensiones inferiores a doce (12) metros, medidos desde la base de la plataforma.
 - b) Podrá tener publicidad a dos caras, las cuales podrán estar iluminadas. Podrá tener una cara posterior de dimensiones menores a dos (2) metros de largo por un (1) metro de ancho, la cual no podrá tener iluminación.
 - c) Cuando el vehículo esté en movimiento, no se pueden portar pasajeros en la plataforma, ni hacer uso de equipos que generen ruido, a excepción de aquellos considerados como eventos institucionales de carácter cívico y cultural que lleve a cabo la Administración Municipal.
 - d) No se permitirá equipos sonoros para la transmisión de sonidos con altoparlantes o amplificadores en los elementos de publicidad móvil para ningún tipo de evento en zonas o vías públicas, a ninguna hora, a excepción de aquellos considerados como eventos institucionales de carácter cívico y cultural que lleve a cabo la Administración Municipal.

- e) En el caso de funcionar durante la noche, deberán mantener en todo momento las luces de parqueo encendidas.
- f) los vehículos con plataforma exclusiva para el porte de publicidad, no podrán exceder los límites de velocidad permitidas dentro del perímetro urbano
- g) Publicidad móvil aérea. Se permitirá la publicidad móvil que se instale sobre globos libres, dirigibles, aeronaves y demás que permitan el ejercicio de la Publicidad Exterior Visual, siempre que estén autorizados por la entidad competente.

Para su funcionamiento deberá contar con concepto previo favorable emitido por el Departamento Administrativo de la Aeronáutica Civil y solicitar el respectivo registro ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico.

En eventos especiales, no se permitirán sobrevuelos ni la distribución aérea de volantes.

ARTÍCULO 84º: PROHIBICIONES. En el ejercicio de la publicidad móvil se encuentra sujeto en todo momento a las siguientes prohibiciones:

- a) No se permite la circulación de vehículos automotores con publicidad exterior visual móvil o elementos publicitarios, en remolques, tricivallas o cualquier otra modalidad que no se encuentre regulada en el presente acuerdo.
- b) Se prohíbe fijar publicidad en vehículos no motorizados cuando las estructuras publicitarias obstaculicen la visibilidad del conductor o impidan un tránsito seguro, de conformidad con las disposiciones del artículo 95 de la Ley 769 de 2005 o la norma que lo modifique, adicione o sustituya, Para las bicicletas y triciclos podrá instalarse publicidad solo en áreas como los marcos, canastillas y baberos a manera de calcomanía sin adherir estructuras que sobresalgan e impacten la visibilidad y la seguridad vial.
- c) Se prohíbe fijarle anuncios o elementos publicitarios sobre los vidrios del vehículo automotor siempre y cuando no se obstaculice la visibilidad del conductor. La infracción a esta disposición será sancionada por Secretaría de Movilidad Municipal y generará inmovilización del vehículo, de conformidad con el artículo 131 literal b) del Código Nacional de Tránsito, Ley 769 de 2002

o la norma que lo modifique, adicione o sustituya, sin perjuicio de las sanciones impuestas en virtud de este Acuerdo.

- d) Los vehículos de servicio público especial no podrán portar publicidad comercial diversa a los distintivos y colores de la empresa que representan.
- e) No se permite la fijación de anuncios o elementos publicitarios de ningún tipo en los buses de servicio de transporte público escolares, especial y de turismo.
- f) No se permite en ningún caso la distribución aérea de volantes.

ARTÍCULO 85°: INCUMPLIMIENTO: El incumplimiento de lo dispuesto en este capítulo para la ubicación de Publicidad Móvil acarreará sanción, que se impondrá por la Secretaria de Movilidad, conforme a lo disposiciones de la Ley 769 de 2002 Código Nacional de Tránsito.

ARTÍCULO 86°: REGISTRO. La publicidad móvil se deberá registrar ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, de conformidad con lo establecido el presente Acuerdo.

ARTÍCULO 87°: PAGO DE IMPUESTOS Y DERECHOS ECONÓMICOS. La Publicidad móvil de dimensiones superiores a ocho (8) metros cuadrados, deberá cancelar el impuesto de Publicidad Exterior Visual previsto en el Acuerdo y estará sujeta al pago de derechos económicos por su instalación o funcionamiento, de conformidad con lo establecido en los artículos 130 al 135 del Decreto extraordinario 411.0.20.0259 de 2015 y las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

TÍTULO V

MURALES O EXPRESIONES ARTÍSTICAS CULTURALES

ARTÍCULO 88°: MURALES: Se permitirán los murales y el arte público que transmita mensajes cívicos, institucionales o culturales, en las culatas de las edificaciones, sobre los muros de cerramientos de proyectos de construcción, lotes sin construir y en los puentes peatonales y vehiculares.

Los murales no constituyen Publicidad Exterior Visual y, por lo tanto, no permiten la publicación de mensajes comerciales de ningún tipo. Podrán publicar únicamente un mensaje alusivo al patrocinio del mismo, que podrá ocupar máximo un porcentaje de uno por ciento (6%) del tamaño del mural u obra artística, de conformidad con lo establecido en el Decreto 0196 de marzo 29 de 2017 y de mas normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

ARTÍCULO 89°: DIMENSIONES. Los murales artísticos podrán ajustarse a las dimensiones de la superficie sobre la cual se van realizar, siempre que sea aprobado por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico.

ARTÍCULO 90°: LICENCIA. De manera previa se deberá tramitar la licencia de intervención del espacio público ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico. Para la solicitud de la licencia se deberá aportar Plano del diseño técnico y/o arquitectónico, acompañado de la debida sustentación, de conformidad con lo establecido en los Decretos 1077 de 2015 y 0196 de marzo 29 de 2017.

ARTÍCULO 91°: CONDICIONES: Las expresiones artísticas que se deseen realizar sobre las culatas de los inmuebles construidos, deberán acreditar permiso escrito otorgado por el propietario del inmueble o por la Asamblea de copropietarios de la Propiedad Horizontal, de conformidad con lo establecido en el Decreto 0196 de marzo 29 de 2017.

Los murales artísticos pintados en zonas de interés patrimonial, deberán integrarse al entorno paisajístico y de preservación ambiental, arquitectónica y cultural que los rodea.

TITULO VI

PUBLICIDAD

TEMPORAL

PUBLICIDAD EN CONSTRUCCIÓN DE OBRAS

ARTÍCULO 92°: VALLAS DE CONSTRUCCIONES: Se permitirá la instalación de dos (2) vallas publicitarias en las obras de construcción autorizadas previamente por las autoridades competentes, que tengan como objetivo promocionar la construcción y venta de un proyecto de vivienda en sus diferentes etapas, de conformidad con las siguientes disposiciones:

- a) Se podrán instalar dos (2) vallas sobre estructuras separadas, cuando no estén en el mismo costado y sentido vehicular, o una valla en una sola estructura, que podrá contener publicidad a doble faz. En todo caso, los dos (2) elementos publicitarios que se instalen no pueden estar ubicados en el mismo sentido y costado vehicular de la vía y estarán sujetos a la solicitud del registro de Publicidad Exterior Visual.
- b) Se podrá instalar publicidad en las lonas o cerramientos que cubren las obras de construcción, en todo caso dichos cerramientos deberán realizar solicitud de registro ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Subdirección de Espacio público y Ordenamiento Urbanístico especificando el área de publicidad expuesta que no podrá ser superior a 48 metros cuadrados y estará sujeta al pago de derechos económicos por su instalación o funcionamiento, de conformidad con lo establecido en los artículos 130 al 135 del Decreto extraordinario 411.0.20.0259 de 2015 y las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

PARÁGRAFO: En lotes que cuenten con un área superior a mil (1000) metros cuadrados, podrá instalarse publicidad en dichos cerramientos y deberán estar separados por una distancia mínima de Cincuenta (50) metros lineales medidos desde los bordes externos de cada elemento.

ARTÍCULO 93°: CONDICIONES. La instalación de las vallas de construcciones estará sujeto a todo lo dispuesto en el Parágrafo 3 del Artículo 7 de este Acuerdo y deberán solicitar registro ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento urbanístico.

- a) En caso de contratar vallas publicitarias comerciales para anunciar el proyecto de construcción o venta de bienes inmuebles, estas deberán cumplir con todas las disposiciones previstas en el presente acuerdo y deberán estar ubicadas a menos de 160 metros a la redonda del lugar donde se desarrolle el mismo.
- b) En el caso de construcción, podrán instalarse únicamente una vez esté en firme la licencia urbanística emitida por la autoridad competente.
- c) En el caso de ventas, podrá instalarse a partir de la fecha en que se expida la constancia de radicación de documentos para enajenación de inmuebles destinados para vivienda.

- d) No podrán contener publicidad o información diferente al proyecto de construcción que se promociona.
- e) Deberán ser ubicadas dentro del mismo lote donde se desarrolla la obra. En ningún caso podrán estar instaladas en espacio público o sobresalir su estructura sobre el mismo.
- f) Deberán retirarse dentro de los quince (15) días siguientes a la finalización de la obra.
- g) Podrán contener la información sobre la licencia urbanística de construcción, según lo establecido en el Parágrafo 2 del Artículo 7 de este Acuerdo.
- h) Las dimensiones de las vallas de construcciones deberán tener dimensiones inferiores a Cuarenta y Ocho (48) metros cuadrados. En el caso de publicidad fijada sobre las lonas o cerramientos de las obras, su altura no podrá ser superior a 2.50M.
- i) Su autorización estará sujeta al pago del impuesto de Publicidad Exterior Visual.

ARTÍCULO 94°: DISEÑO. Las vallas publicitarias de construcciones deberán contener imágenes alusivas al proyecto, nombre del proyecto, número de viviendas a construir o que se encuentran para la venta, número de registro y código QR otorgado por el Departamento Administrativo de Planeación – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico.

ARTÍCULO 95°: Las vallas alusivas a proyectos de construcción podrán permanecer instaladas durante el tiempo de duración de la obra, de conformidad con la licencia de construcción expedida por las autoridades competentes.

ARTÍCULO 96°: AVISOS PREVIOS A LA EXPEDICIÓN DE LICENCIA DE URBANIZACIÓN. Quien solicita licencia urbanística de parcelación, urbanización y construcción de obra nueva, a partir del día siguiente a la radicación de la solicitud, deberá instalar aviso publicitario en lugar visible desde vía pública advirtiendo a terceros sobre la iniciación del trámite administrativo.

Dicho aviso podrá tener dimensiones inferiores un (1) metro cuadrado y deberá contener el número de radicación de la solicitud, la autoridad pública ante la cual se tramita la licencia, el uso y las características básicas del proyecto.

ARTÍCULO 97°: AVISOS DE CONSTRUCCIÓN CON LICENCIA. Una vez aprobada la licencia urbanística, el responsable del predio y/o titular de la licencia deberá instalar aviso publicitario indicando la obra.

El aviso podrá tener dimensiones inferiores aun (1) metro cuadrado y deberá instalarse antes de la iniciación de la obra, emplazamiento de campamentos o maquinaria, entre otros, y deberá permanecer instalado durante todo el tiempo de ejecución de la obra.

TÍTULO VII PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

ARTÍCULO 98°: PUBLICIDAD INSTITUCIONAL EN VALLAS Y VALLAS ELECTRONICAS Y/O DIGITALES. Son vallas institucionales las que tienen por objeto comunicar a los ciudadanos actividades de los organismos del Estado de manera informativa, preventiva, reglamentaria o direccional sobre servicios públicos, sistemas de seguridad o transporte, construcción y/o reparación de obras públicas, vías programadas de recreación, turismo, protección al ambiente, eventos culturales, actividades programas y proyectos de la Administración Municipal, cuidado de la salud e higiene, comportamientos cívicos, y demás información de importancia institucional.

El área permitida para las vallas institucionales será de dieciocho (18) metros cuadrados y deberán instalarse a 160 metros de distancia de la valla publicitaria, de cualquier tipo, más cercana.

Las vallas institucionales no requieren registro para su instalación y no están sujetas al pago del Impuesto de Publicidad Exterior Visual, pero deberá contar con autorización por parte del Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público Y Ordenamiento Urbanístico. En todos los casos, quien solicite dicha autorización deberá contar con la aprobación por parte de la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Santiago de Cali.

PARÁGRAFO. Las vallas institucionales instaladas por la construcción o reparación de obras deberán retirarse dentro de los quince (15) días siguientes a la finalización de la obra.

ARTÍCULO 99°: AVISOS DE OBRAS PÚBLICAS. Se permite la ubicación de un aviso en los alrededores de las obras públicas, que deberá tener dimensiones inferiores a ocho (8) metros cuadrados.

La instalación de avisos de obras públicas no requiere permisos previos por parte del Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, ni genera el pago de derechos o impuestos.

TÍTULO VIII **EVENTOS ESPECIALES, TEMPORALES Y PUBLICIDAD POLITICA**

CAPITULO I

EVENTOS ESPECIALES Y TEMPORALES

ARTÍCULO 100°: INSTALACIÓN. Se podrán autorizar de manera temporal las vallas publicitarias, las pantallas de publicidad electrónica, los dummies y pendones en los eventos, comerciales cultural e institucional de carácter transitorio que se lleven a cabo dentro del espacio público en el Municipio de Santiago de Cali. Su autorización estará sujeta al cumplimiento de los requisitos establecidos en el presente Acuerdo para el funcionamiento e instalación de cada elemento publicitario, con excepción de la distancia establecida para cada uno de ellos.

ARTÍCULO 101°: AUTORIZACIÓN. Se deberá solicitar el Registro de Publicidad Exterior Visual para eventos especiales ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal, quien verificará el cumplimiento de los requisitos y liquidará el valor a pagar en caso de ser procedente. La solicitud del registro se registrará por lo dispuesto en el Título II Capítulo III del presente Acuerdo.

ARTÍCULO 102°: UBICACIÓN. Se podrán instalar únicamente durante el término de duración del evento, que no podrá ser superior a diez (10) días.

CAPÍTULO II PUBLICIDAD POLÍTICA

ARTÍCULO 103°: PROPAGANDA ELECTORAL. Es propaganda electoral la que realizan los partidos, movimientos políticos y candidatos a cargos de elección popular, con el fin de obtener apoyo electoral, de conformidad con lo establecido en la Ley 130 de 1994.

La Publicidad Exterior Visual con fines políticos se podrá instalar únicamente durante los tres meses anteriores a las fechas de elecciones y estará sujeta a la reglamentación que expida el Consejo Nacional Electoral para tal efecto.

La instalación de todo elemento publicitario con el fin de realizar propaganda electoral, estará sujeta a los términos y condiciones establecidos en este Acuerdo y en la reglamentación que se expida por el Ente Municipal respecto a la forma, características, lugares y condiciones para la fijación de publicidad electoral.

TÍTULO IX RÉGIMEN SANCIONATORIO

CAPITULO I DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 104°: REGIMEN SANCIONATORIO. El Propietario de la Publicidad exterior visual que incurra en lo dispuesto en el numeral 12 del artículo 140 de la Ley 1801 de 2016, será sancionado de conformidad con lo establecido en el parágrafo 2 del mismo artículo y las demás normas que lo complementen, adicionen o modifiquen.

Responderán por el pago de las sanciones el propietario de la estructura y/o el titular del registro. Dicha sanción será aplicada por la Secretaria de Seguridad y Justicia – Subsecretaria de acceso a servicios de justicia a través de los Inspectores de Policía.

ARTICULO 105°. Cuando sea instalado un elemento publicitario sin registro o autorización por parte de la autoridad competente o sin el cumplimiento de los

requisitos establecidos en este Acuerdo, se configurará una infracción a las normas de Publicidad Exterior Visual. La Secretaría de Seguridad y Justicia- Subsecretaria de Inspección, Vigilancia y control, de conformidad con el Decreto 0015 de 2017 y las demás normas que lo modifiquen o adicionen, realizará el control previo pertinente, siempre que la Publicidad Exterior Visual se encuentre instalada en espacio privado.

ARTICULO 106°. INFORMES: El Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico en cumplimiento de sus funciones y según lo establecido en el Título II, Capítulo I del presente Acuerdo, informará de manera periódica a la Secretaría de Seguridad y Justicia- Subsecretaria de Inspección, Vigilancia y control, sobre los elementos publicitarios irreglamentarios encontrados en el Municipio de Santiago de Cali. Dicho informe deberá contener como mínimo:

- a) Elementos publicitarios irreglamentarios instalados en el Municipio de Santiago de Cali por los operadores publicitarios.
- b) Informe de control realizado sobre cada elemento publicitario, con fotografías, medidas y demás información necesaria.
- c) En caso de ser elementos publicitarios que cuenten o hayan contado con registro de Publicidad Exterior Visual, se deberá remitir copia de los documentos mencionados.

CAPITULO II

MEDIDAS Y SANCIONES

ARTÍCULO 107°: MEDIDAS PREVENTIVAS. Las medidas preventivas que adoptará la Secretaría de Seguridad y Justicia - Subsecretaria de Inspección, Vigilancia y control por infracciones a la Publicidad Exterior Visual ubicada en espacio privado, serán de amonestación, modificación y retiro, para lo cual mediará acto administrativo conforme a lo establecido en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

PARAGRAFO 1°. AMONESTACIÓN o MODIFICACIÓN: Los elementos publicitarios irreglamentarios que estén ubicados en sitios permitidos en espacio privado, pero que por su tamaño no cumplan con lo establecido en este Acuerdo, serán sujetos de

medida de amonestación administrativa para que se adecue en el menor tiempo posible.

PARAGRAFO 2º. RETIRO. En cualquier momento la Secretaría de Seguridad y Justicia a través de la Subsecretaria de Inspección, Vigilancia y Control mediante operativos de control podrá ordenar su retiro y en caso de renuencia podrá retirar los afiches, pendones, pasacalles, avisos, vallas y pantallas electrónicas y digitales que se ubiquen en espacio privado y público y que no cumplan con lo establecido en el presente Acuerdo para su instalación, de los elementos publicitarios que se retiren en espacio público se correrá traslado mediante informe a la Subsecretaria de acceso a servicios de justicia para lo de su competencia.

Igualmente podrá hacerse extensiva las medidas al propietario de la estructura, el anunciante, el propietario del inmueble, del establecimiento, del vehículo, la agencia de publicidad, agentes, productores, intermediarios, operadores logísticos o similares de eventos que se anuncien por medio de la publicidad exterior visual en todas sus modalidades (fijas y móviles) en espacio privado o sin la respectiva autorización por parte del Departamento Administrativo de Planeación Municipal- Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico.

PARAGRAFO 3º. COSTOS DEL DESMONTE. El costo del retiro de cualquier elemento publicitario ubicado en espacio privado y que no cumpla con lo establecido en el presente Acuerdo para su instalación, estará a cargo del propietario de la estructura y solidariamente al anunciante y propietario del inmueble.

ARTÍCULO 108º: TITULARIDAD DE LA POTESTAD SANCIONATORIA. Las sanciones dispuestas en la Ley 1801 de 2.016 en su artículo 140 Parágrafo 2, respecto de quienes incurran en la prohibición dispuesta en el numeral 12 del mismo artículo, serán impuestas por la Secretaria de Seguridad y Justicia a través de la Subsecretaria de Acceso a Servicios de Justicia y por intermedio de los Inspectores de Policía y/o Corregidores.

ARTÍCULO 109º: CLASES DE SANCIONES PECUNIARIAS. Adelantado el procedimiento pertinente, mediante acto administrativo la Secretaría de Seguridad y Justicia a través de la Subsecretaria de Acceso a Servicios de Justicia -Inspectores de Policía, impondrá sanción pecuniaria de acuerdo con lo establecido en el artículo 181 numeral 3 de la Ley 1801 de 2016, por la publicidad exterior visual instalada en espacio público y en sus elementos complementarios de manera irreglamentaria, de la siguiente manera:

PARAGRAFO: Para vallas publicitarias y/o pantallas de publicidad electrónica, Avisos, Afiches, Pasacalles, Pendones y Banderolas instalados en espacio público y en sus elementos complementarios de manera irreglamentaria; la sanción pecuniaria será de multa por un valor de uno y medio (1/2) a cuarenta (40) salarios mínimos legales mensuales vigentes, atendiendo a la gravedad de la falta y al número de metros cuadrados ocupados indebidamente. La multa se impondrá al responsable de contrariar la normatividad vigente en la materia.

CAPITULO III

PROCEDIMIENTO SANCIONATORIO

ARTÍCULO 110°: PROCEDIMIENTO. La Secretaría de Seguridad y Justicia a través de la Subsecretaría de acceso a servicios de Justicia y por intermedio de los Inspectores de Policía y/o Corregidores deberá adoptar las medidas previstas en el Código Nacional de Policía y Convivencia, Ley 1801 de 2016 en su artículo 140, parágrafo 2 y las demás normas que lo complementen, adicionen o modifiquen, respecto de quienes incurran en la prohibición dispuesta en el numeral 12 del mismo artículo e iniciar el debido procedimiento administrativo sancionatorio, dentro de los diez (10) días siguientes a la recepción del informe enviado por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal y/o Subsecretaria de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico

PARÁGRAFO 1º. En el acto administrativo mediante el cual se impone la sanción, se ordenará al propietario de la valla el desmonte de la valla o el elemento estructural dentro de un término de diez (10) días hábiles, indicándosele que en caso de no hacerlo lo hará efectivo el Municipio

de Santiago de Cali a su cargo. El acto administrativo que se dicte en tal sentido prestara merito ejecutivo.

Cuando la Administración Municipal ejecute el desmonte, efectuará el cobro de acuerdo con el valor total facturado por el contratista que lo realice, así como los costos de transporte y bodegaje en que se incurra, lo cual lo hará a través de acto administrativo que prestará igualmente mérito ejecutivo.

PARAGRAFO 2º. Tal como lo establece el artículo 223 de la Ley 1801 de 2016 y las normas que lo adicione, modifique o sustituya, se tramitará por el proceso verbal abreviado. Contra la decisión proferida por la autoridad de Policía proceden los recursos de reposición y apelación. En su orden los recursos serán resueltos en primera instancia por la misma autoridad que expidió el acto administrativo y la segunda instancia será resuelta en efecto devolutivo por las autoridades especiales de que trata la mencionada ley.

PARAGRAFO 3º. Una vez desmontados, los elementos publicitarios deberán ser almacenados en una bodega o lugar propicio para tal función.

ARTÍCULO 111º: DEVOLUCION DEL ELEMENTO PUBLICITARIO. Para reclamar los elementos publicitarios retirados y desmontados por La Secretaría de Seguridad y Justicia- Subsecretaria de Inspección, Vigilancia y Control y/o Subsecretaria de acceso a servicios de Justicia, el operador publicitario o propietario del elemento de Publicidad Exterior Visual, deberá presentar comprobante de pago de la sanción por infracción de Publicidad exterior visual y de los costos en que incurrió la Administración Municipal por el desmonte realizado.

PARAGRAFO: Todos los elementos publicitarios retirados y desmontados que no se reclamen dentro del término de 30 días hábiles, luego de impuesta la sanción pecuniaria y/o de la Resolución que traslada los costos del desmonte, ejecutoriada y en firme pasarán a ser de propiedad del Municipio, quien podrá disponer de ellos donándolos a una entidad sin ánimo de lucro, de lo cual dejará constancia en un acta.

ARTÍCULO 112º: FACULTAD SANCIONATORIA EN PUBLICIDAD MÓVIL. La Secretaría de Movilidad Municipal será el Organismo competente para imponer las

sanciones pecuniarias pertinentes por las infracciones al Código Nacional de Tránsito, en que incurran los elementos de publicidad móvil.

TÍTULO X

DISPOSICIONES FINALES

ARTÍCULO 113°: SISTEMA ELECTRÓNICO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. El Departamento Administrativo de Planeación Municipal – Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, implementará, dentro de los dos (2) meses siguientes a la entrada en vigencia del presente Acuerdo, el sistema electrónico de Publicidad Exterior Visual.

El sistema electrónico de Publicidad Exterior Visual deberá almacenar la base de datos pública de los elementos publicitarios instalados en el Municipio de Santiago de Cali, permitir la solicitud, gestión y expedición de la matrícula y el registro de Publicidad Exterior Visual, establecer parámetros de coordinación entre las diferentes dependencias competentes, y demás aspectos relacionados.

El sistema deberá ser reglamentado por la Administración Municipal dentro de los dos (2) meses siguientes a la entrada en vigencia del presente Acuerdo.

ARTÍCULO 114°: ADECUACIÓN. Todos los elementos publicitarios instalados en el Municipio de Santiago de Cali deberán ajustarse a lo establecido en el presente Acuerdo antes del 1 de enero del 2018.

Los elementos publicitarios que se encuentren instalados y que cuenten con registro de Publicidad Exterior Visual vigente, expedido con base en el Acuerdo 0179 de 2006, podrán continuar instalados por el término de su vigencia. Sin embargo, su adecuación a lo dispuesto en el presente Acuerdo deberá realizarse antes del 1 de enero de 2018.

ARTÍCULO 115°: DISPOSICIONES TRANSITORIAS. La publicidad exterior visual mayor, cuya instalación hubiese sido autorizada antes de la entrada en vigencia del presente Acuerdo, podrá seguir instalada durante el plazo concedido por el permiso respectivo y en las condiciones autorizadas por este, así mismo se deberán evacuar las solicitudes de registro pendientes, es decir, las que se hicieron antes de la entrada en vigencia del presente Acuerdo.

ARTÍCULO 116°: VIGENCIA Y DEROGATORIA. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación en el Diario Oficial y deroga el Acuerdo 0179 de 2006 y las demás disposiciones que resultaren contrarias.

PUBLIQUESE Y CUMPLASE

Dado en Santiago de Cali a los _____ del mes de _____ del Año Dos mil Diecisiete (2017)

EL PRESIDENTE:

EL SECRETARIO:

Elaboró: Elena Londoño Gómez – Subdirectora de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico - DAPM.

Samir Jalil Paz – Subsecretario de Inspección Vigilancia y Control. Secretaría de Seguridad y Justicia.

Proyectó: Carlos Alberto Herrera Sarria – Lina María Martínez Melo – Juan David Santacruz Ibarra Contratistas Subdirección de Espacio público Y Ordenamiento Urbanístico.

Revisó: María de las Mercedes Romero – Directora del Departamento Administrativo de Planeación Municipal.

Revisó: María Ximena Román García- Directora Departamento Administrativo de Gestión Jurídica Pública.

HONORABLES CONCEJALES

Concejo Municipal de Santiago de Cali

Presidente

Cordial saludo

De manera atenta presento a Consideración del Honorable Concejo, el Proyecto de Acuerdo *“POR EL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MAYOR, MENOR, ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL, PUBLICIDAD EN AMOBLAMIENTO URBANO Y AVISOS EN EL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”*

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1. INTRODUCCION.

Con el presente Proyecto de acuerdo, la Alcaldía Municipal de Santiago de Cali por medio del Departamento Administrativo de Planeación Municipal presenta para consideración del Honorable Concejo Municipal el proyecto de Acuerdo que busca la reglamentación de la Publicidad Exterior Visual Mayor, Menor, Electrónica Y/O Digital, Publicidad en amoblamiento urbano y avisos en el Municipio De Santiago De

Cali, con el fin de que se realice un análisis acerca de su conveniencia y la importancia de su control. La presente exposición de motivos se presenta con la siguiente estructura:

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción
 - 1.1. Objetivos.
 - 1.2. Factores De contaminación Visual y Del Paisaje Producido Por Publicidad Exterior Visual.
 - 1.3. Diagnostico Actual Del Municipio De Santiago De Cali
2. Fundamentos Normativos.
3. Publicidad en los vehículos del servicio de Transporte Masivo Mio.
4. Conveniencia.

1.1 OBJETIVOS:

El presente Proyecto de Acuerdo se enmarca dentro del eje 2 “Cali amable y sostenible”, componente 2.3 “viviendo mejor y disfrutando más a Cali”, del Plan de desarrollo Municipal, el cual se articula dentro del Programa 2.3.2 “Espacios públicos más verdes e incluyentes”, propiciando el disfrute del espacio público y el paisaje, mediante la mitigación de factores productores de contaminación visual, por lo que indirectamente contribuye con el indicador de producto Zonas crítica y emblemáticas con descontaminación visual, a cargo de la Secretaria de Seguridad y Justicia.

Tiene como objetivo fundamental la reglamentación de la publicidad exterior Visual en el Municipio de Santiago de Cali, proponiendo como eje fundamental la protección y defensa del paisaje como patrimonio ecológico, del mismo modo generar acciones que permitan a la administración Municipal de manera eficaz

realizar los respectivos controles a partir de la contaminación visual y la saturación que produce la instalación de elementos publicitarios como vallas, pantallas electrónicas y/o digitales, y todos aquellos elementos considerados como Publicidad menor denominados pasacalles, dummys, pendones, minivallas y avisos publicitarios en Establecimiento de comercio.

De este modo se permite una regulación eficiente y controlada de dicha actividad, cumpliendo con las disposiciones emanadas de la ley 140 de 1994, promoviendo la calidad del medio ambiente y evitando que la instalación de publicidad exterior visual se convierta en uno de los mayores problemas de la ciudad por el componente ambiental y ecológico que arrastra.

En efecto, la razón de ser del presente acuerdo está encaminada a mejorar la calidad de vida de los habitantes y la efectiva conservación y preservación del Espacio Público, observando los principios constitucionales de prevalencia del interés general sobre el particular, la función pública y social de la propiedad, la protección del medio ambiente y demás relacionados, teniendo en cuenta que la publicidad se consolida como un medio masivo de comunicación que beneficia a los ciudadanos anunciantes y en general, personas y entidades relacionadas con esta y la producción de bienes y servicios.

1.2 FACTORES DE CONTAMINACIÓN VISUAL Y DEL PAISAJE PRODUCIDO POR PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

Para entender el contexto general del impacto que genera la Publicidad Exterior visual en la Ciudad, debe caracterizarse cada uno de los elementos que a bien generan contaminación visual y direccionar su reglamentación a fin de evitar la proliferación en la Ciudad de elementos determinados como contaminantes; En este sentido deberá entenderse que no existe una definición legal del concepto de "contaminación visual", aunque existe una definición genérica de "contaminación" y de "contaminante" en el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente (artículo 82 del Decreto Ley 2811 de 1974) la cual, como concepto general puede ser aplicado a dicha modalidad de contaminación, máxime cuando el mismo Código contempla como uno de los recursos protegidos y susceptibles de ser alterados, al paisaje (artículos 3 y 8) .

La Ley 140 de 1994 contiene una serie de pautas mínimas a ser aplicadas en todo el territorio nacional en materia de instalación o colocación de publicidad exterior visual con el objeto de mejorar la calidad de vida de los habitantes del país, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público, la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en relación con la Publicidad Exterior Visual, en donde se define el concepto de publicidad exterior visual y aquello que no debe entenderse como tal; sin embargo; no obstante lo anterior, no podría homologarse el concepto de publicidad exterior visual o sus elementos constitutivos necesariamente como “contaminación” o “contaminantes”, como tampoco los elementos excluidos de la definición de Publicidad Exterior visual como no contaminantes, pues ello depende de un conjunto de valoraciones tanto de la comunidad como de la administración, relacionadas con su naturaleza, tamaño, ubicación, condición estética, interrelación con otros elementos, distancia, afectaciones de vías, afectación por áreas de influencia de bienes de interés cultural patrimonial etc.

Una ciudad con contaminación visual denota un Estado con falta de política para la ciudad, con una regulación deficitaria o inexistente del espacio público y privado. Así las cosas las ciudades se convierten en escenarios de millones de decisiones individuales despreocupadas por su entorno, que conviven formando un caos difícil de asimilar por el ojo humano, de ahí la importancia de generar espacios que permitan regular la publicidad exterior visual.

La protección de nuestros recursos naturales renovables se configura en una responsabilidad ciudadana y administrativa que se argumenta en factores de eficacia e inmediatez, es por ello que la contaminación visual es hoy en día el principal elemento perturbador, del espacio público, alteración del entorno urbanístico y saturación del paisaje que conlleva como resultado el uso indiscriminado de elementos publicitarios que afectan el ambiente en muchos casos de forma irreversible.

En este sentido es claro que la contaminación visual producida a efectos de la instalación de publicidad exterior Visual genera afectación en el paisaje, siendo dicho paisaje un recurso natural renovable y local, conforme a lo establecido por la Corte Constitucional en la sentencia C-535 de 16 de Octubre 1996 Magistrado Ponente Dr Alejandro Martinez Caballero, y teniendo en cuenta que la carta política a tribuye a los Concejos Municipales la competencia propia de dictar las normas

para la protección del patrimonio ecológico Municipal a partir del numeral 9 del artículo 313 de la Constitución Política.

Bajo este preámbulo, en donde tanto normas nacionales como locales, y la misma jurisprudencia, han incluido restricciones al respecto, se han tomado como referencia lineamientos ambientales para el manejo, conservación y aprovechamiento del paisaje, sin embargo, para el tema de contaminación lumínica, a pesar de estar mencionado el Plan de Ordenamiento Territorial Municipal de Santiago de Cali en su Artículo 100, no existe definición o referencia en la norma colombiana, por lo tanto se intuye que no ha sido regulada por el legislador o por el Ministerio del Medio ambiente, quien es el organismo formulador de la política del medio ambiente y de los recursos naturales renovables, en cumplimiento del artículo 5 de la Ley 99 de 1993.

En este orden de ideas y en cumplimiento del principio de rigor subsidiario, el Departamento Administrativo del Medio ambiente – DAGMA expresó que no tiene la competencia para definir este concepto, ni sus regulaciones, hasta tanto una norma de carácter superior no lo realice, en consecuencia dentro del acuerdo se establece que una vez la norma nacional sea expedida en este tema, se acogerá lo dispuesto en ella en relación con el régimen sancionatorio por contaminación visual, sin perjuicio de los controles que deban realizarse cuando se encuentre vulnerado el derecho del ciudadano a un ambiente sano.

Conforme lo anterior, en aplicación de principios, es necesario entender que la contaminación visual emerge como consecuencia de la saturación del paisaje, por cuanto altera el sentido del lugar y de los aspectos arquitectónicos, estéticos y culturales de la Ciudad y por tanto la calidad de vida de los habitantes generando en los ciudadanos percepciones de estrés, distracción y otros estímulos y sensaciones agresivas que afectan negativamente el ambiente y por lo tanto la calidad de vida de los habitantes, razón por la cual debe el Concejo Municipal reglamentar lo pertinente en función de la efectiva conservación del medio ambiente

1.3 DIAGNOSTICO ACTUAL DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI INVENTARIO DE VALLAS PUBLICITARIAS.

El Departamento Administrativo de Planeación Municipal, a través de la Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, desarrolló en los primeros meses del año, el proyecto denominado Inventario de vallas en el



Municipio de Santiago de Cali 2017, el cual de acuerdo al levantamiento realizado en campo permitió establecer con exactitud y basados en la recopilación de datos numéricos cuales son los elementos publicitarios instalados en el Municipio de Santiago de Cali, denominados vallas publicitarias y pantallas electrónicas.

A continuación se presente un mapa (Plano georeferenciador) en el cual se indica el inventario de vallas publicitarias en el área urbana del municipio de Santiago de Cali.



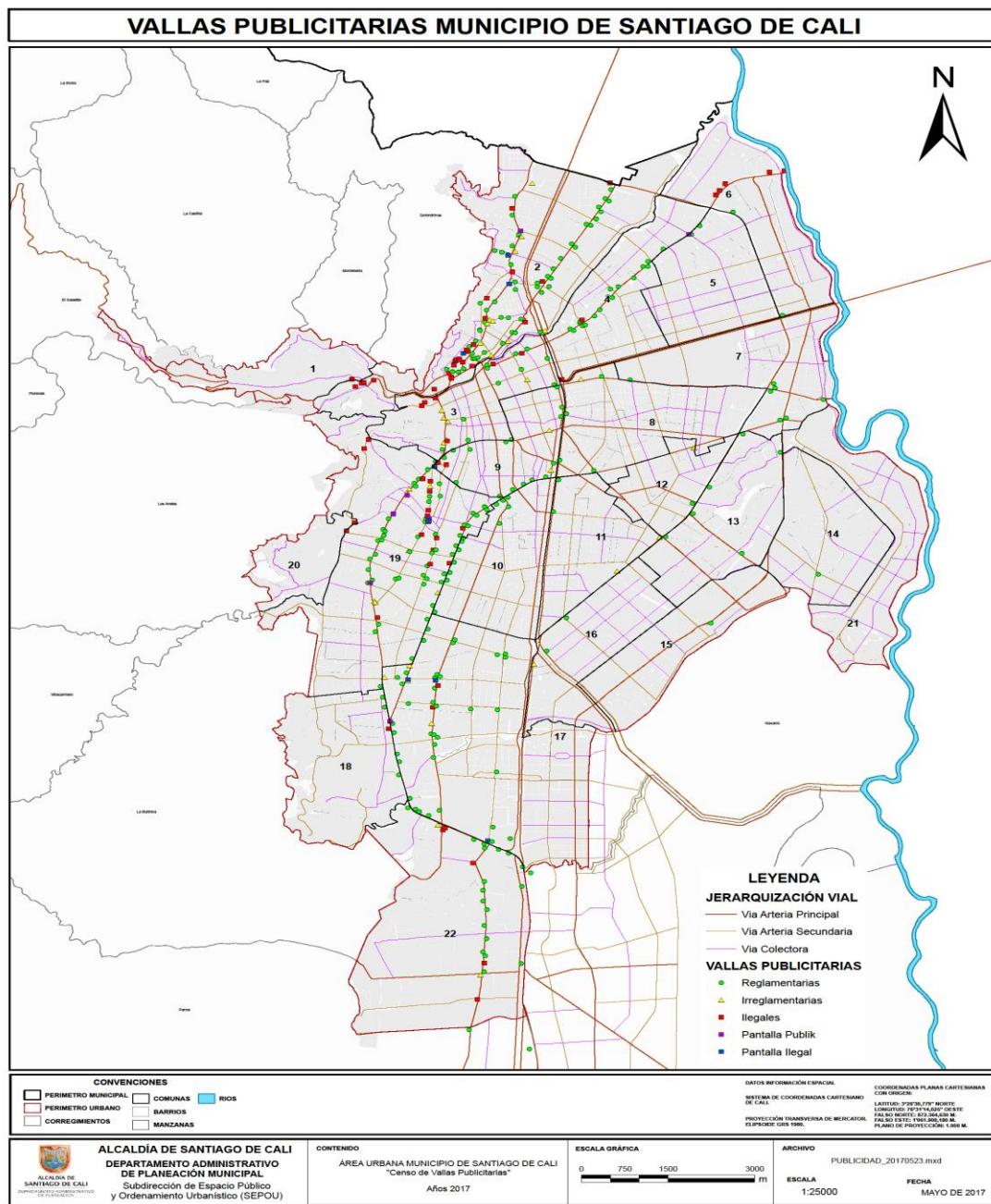


Imagen 1. Plano georeferenciador de los elementos publicitarios instalados en el Municipio de Santiago de Cali

De igual manera dicha actividad ha permitido realizar un ejercicio práctico que se resume en la obtención de datos precisos acerca del operador publicitario o propietario de la valla, información catastral del predio donde se encuentra ubicada la estructura, tipos de infracción, trazabilidad de registros anteriores, además de clasificar dichas vallas de la siguiente manera:

- A. Vallas reglamentarias.
- B. Vallas Irreglamentarias.
- C. Vallas Ilegales.
- D. Pantallas electrónicas y/o digitales.
- E. Pantallas Publik

El análisis arrojado por el censo de vallas, Pantallas Electrónicas y Pantallas Publik demuestra la necesidad imperante de tomar acciones que permitan desarrollar una normatividad amplia, operante y eficiente, con el fin de mitigar la contaminación. Bajo esta premisa, es pertinente aclarar que uno de los mayores determinantes en saturación visual y del paisaje y contaminación visual, se centra hoy en la instalación de vallas y avisos publicitarios en establecimientos de comercio.

Las primeras, por encontrarse en predios de carácter privado con visual al espacio público se configuran en elementos de alto impacto sobre las vías principales arterias o colectoras de lo que se desprende que actualmente, de acuerdo al levantamiento señalado en los gráficos adjuntos, existe un alto volumen y afectación del paisaje sobre estas.

CANTIDAD DE VALLAS SEGÚN LA VIA					
VIA	CANTIDAD DE VALLAS	REGLAMENTARIAS	IRREGLAMENTARIAS	ILEGALES	POSIBLE ADECUACION Y/O REGISTRO
AUTOPISTA SIMON BOLIVAR	15	12	3	0	3
AUTOPISTA SUR	45	37	8	3	5
AVENIDA ESTACION	4	3	1	0	1
AVENIDA 4	12	6	6	4	2
AVENIDA 6	27	14	13	7	6
AVENIDA 6A	3	2	1	1	0
AVENIDA 8	13	5	8	8	0
AVENIDA CIRCUNVALAR	4	0	4	4	0
AVENIDA ROOSEVELT	17	8	9	6	3
CALLE 5 Y 100	56	38	18	9	9
CALLE 7	3	2	1	1	0
CALLE 9	14	11	3	3	0
CALLE 14	3	3	0	0	0
CALLE 16	7	7	0	0	0
CALLE 21	2	1	1	0	1
CALLE 25	25	20	5	1	4
CAÑASGORDAS	15	11	4	3	1
CARRERA 1 NORTE	31	23	8	8	0
CARRERA 3 NORTE	26	22	4	3	1
CARRERA 8	6	5	1	0	1
CARRERA 15	5	4	1	0	1
CENTRO	2	2	0	0	0
CENTROS COMERCIALES	4	4	0	0	0
OESTE	8	0	8	8	0
ORIENTE	6	6	0	0	0
PASOANCHO	20	16	4	3	1
VASQUEZ COBO	2	2	0	0	0
Pantallas electronicas, Digitales o Led	8	0	8	8	0
Estructura publicitarias Publik	9	0	9	9	0
TOTAL	392	264	128	89	39

Imagen 2. Consolidado de elementos Publicitarios instalados sobre las vías de la Ciudad.

Del mismo análisis se pudo deducir de acuerdo con las distancias establecidas actualmente para la instalación de elementos de Publicidad Exterior Visual mayor, que actualmente no hay lugar a la instalación de más elementos publicitarios sobre algunos tramos en vías de alto flujo vehicular, teniendo en cuenta que a pesar de encontrar vías de amplia extensión, existen áreas de actividad comercial que resultan más atractivas que otras para el operador publicitario, demostrando de esta forma que la Calle Quinta, la autopista Sur, las Avenidas Roosevelt y Sexta, son las que encuentran mayor alteración del paisaje en materia de publicidad; de ahí la importancia de que se sostenga la distancia de forma lineal y por el mismo sentido de la vía, la cual se encuentra propuesta de 160 metros y como aporte nuevo dentro de la formulación de este acuerdo, con el ánimo de despejar los cruces viales, se propone para estos puntos una medición radial 80 metros radiales contados a partir del punto de intersección del eje vial. Para los cruces viales donde se conforma una "T" oblicua o "Y", solo se permitirá la instalación de un (1) elemento publicitario en una distancia radial de 120 metros tomados a partir del cordón vial existente dentro del ángulo menor de la bifurcación, con el fin de que en un mismo punto en que convergen vías arterias y colectoras no exista saturación del paisaje.

Los gráficos a continuación muestran en detalle la información recopilada en trabajo de campo, que permitirá ilustrar de manera dinámica la situación actual de vallas, Pantallas electrónicas y/o digitales instalada en el Municipio de Santiago de Cali

NUMERO DE VIAS AFECTADAS: 26

CLASIFICACION DE VIAS: VIAS ARTERIAS PRINCIPALES Y SECUNDARIAS, VIAS COLECTORAS Y LOCALES.

VALLAS REGLAMENTARIAS: 264

VALLAS IREGLAMENTARIAS: 128(Sin Registro, sujetas a adecuación)

VALLAS ILEGALES: 72

PANTALLAS ELECTRONICAS ILEGALES: 8

RELOJES PUBLIC: 9

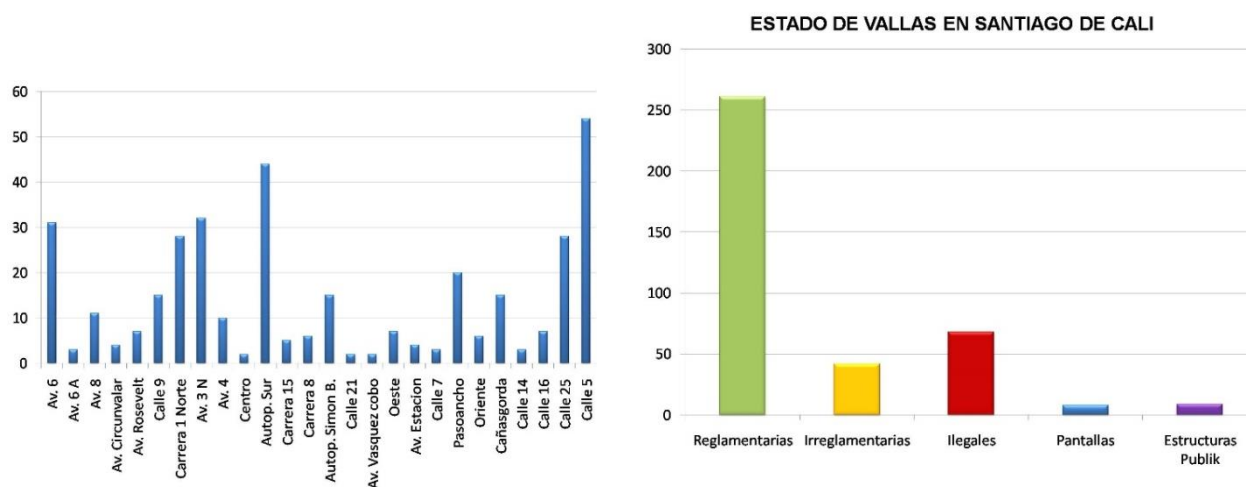


Imagen 3. Gráfico de nivel de afectación por vías Imagen 4. Grafico del estado actual de vallas y pantallas electrónicas

Respecto de los denominados avisos comerciales regulados por responsables del impuesto de avisos y tableros a que se refieren la las leyes 97 de 1913, 84 de 1915 y 14 de 1986, el Decreto 1333 de 1986, la Ley 75 de 1986 como complementario del impuesto de industria y comercio, es fácil deducir a cuales de estos les asiste el derecho de instalación para anunciar su objeto y actividad comercial; sin embargo no todos los establecimientos de comercio se encuentran formalizados, pero de igual forma se anuncian por medio del aviso, sin contar con las características técnicas determinadas en la norma; de ahí la importancia de que exista un régimen sancionatorio y los debidos controles para evitar la proliferación de estos a través de la Secretaria de Seguridad y Justicia.

2. FUNDAMENTOS NORMATIVOS

En principio el artículo 3 de la Ley 140 de 1994 establece lo siguiente:

“Podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en todos los lugares del territorio nacional, salvo en los siguientes: a) En las áreas que constituyen espacio público de conformidad con las normas municipales, distritales y de las entidades territoriales indígenas que se expidan con fundamento en la Ley 9a. de 1989 o de las normas que la modifiquen o sustituyan. Sin embargo, podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en los recintos destinados a la presentación de espectáculos públicos, en los paraderos de los vehículos de transporte público y demás elementos de amoblamiento urbano, en las condiciones que determinen las autoridades que ejerzan el control y la vigilancia de estas actividades;”....., sin embargo el artículo fue declarado condicionalmente exequible por la corte Constitucional, en el entendido de que se trata de una legislación nacional básica de protección al medio ambiente que, de acuerdo al principio de rigor subsidiario, puede ser desarrollada de manera más estricta por los Concejos Distritales y Municipales, y por las autoridades de los territorios indígenas, en virtud de sus competencias constitucionales propias para dictar normas para la protección del paisaje, conforme a lo señalado por los artículos 313 y 330 de la Constitución Política. Sentencia C-535-96 de 16 de Octubre 1996 Magistrado Ponente Dr Alejandro Martinez Caballero.

La Corte Constitucional, ha señalado Sentencia C-535-96 de 16 de Octubre 1996 Magistrado Ponente Dr Alejandro Martínez Caballero, que el concepto de patrimonio ecológico incluye la noción de publicidad exterior visual y por tanto, en los Concejos municipales reside la competencia para regularla, en atención a su función de defensa y protección de ese patrimonio como parte integrante del medio ambiente. De esta forma se considera que el concepto de publicidad exterior visual se encuentra dentro del marco jurídico ambiental, estableciendo que la alteración del paisaje como recurso natural renovable es amenazado por la proliferación de elementos publicitarios en diferentes sectores de la Ciudad y en este sentido deben establecerse los lineamientos necesarios que promuevan una organización que determine la forma, modo y características de instalación de Publicidad Exterior visual mayor menor y avisos en la jurisdicción del Municipio de Santiago de Cali.

Vale precisar en cuanto al régimen sancionatorio por el incumplimiento a las disposiciones de esta norma y siguiendo la línea jurisprudencial de la Corte, que el ámbito administrativo se rige por los principios de legalidad y el de tipicidad que le es propio y conlleva una doble garantía material, que se refiere a la predeterminación normativa de las conductas infractoras y las sanciones y la formal, relacionada con la exigencia de que estas deben estar contenidas en una norma con rango de ley, la cual podrá hacer remisión a un reglamento siempre y cuando en la Ley queden determinados los elementos de la conducta antijurídica.

En este orden de ideas se concluye lo siguiente:

Con la derogatoria expresa del artículo 13 de la Ley 140 de 1994, desaparece el fundamento de la facultad sancionatoria del alcalde respecto de la publicidad instalada en sitios no permitidos, de lo que se establece que corresponde por mandato constitucional al legislador definir a quien le traslada la competencia aplicado los principios de reserva legal, de legalidad y de tipicidad, es en este sentido que la Ley 1801 de 2016 *“por la cual se expide el Código Nacional de Policía y Convivencia.”*, ha resuelto incorporar dicha competencia a los inspectores de policía resolviendo el régimen sancionatorio por el incumplimiento a normas de Publicidad exterior visual.

Así mismo, el Decreto extraordinario No 411.0.20.0516 de 28 de septiembre de 2016, creo la Subsecretaria e Inspección Vigilancia y control y entre otras, le asigno la función de controlar la Publicidad exterior visual mayor y avisos. En este sentido le corresponde ejercer el control sobre la publicidad exterior visual que se instale en el Municipio de Santiago de Cali, y aplicar las medidas administrativas que se establezca por la autoridad competente para el control, protección y defensa del patrimonio ecológico de la Entidad territorial, artículo 313- 7 y 9 de la Constitución Política y la Ley 140 de 1994, esto sin perjuicio de la competencia asignada a los Inspectores de Policía y corregidores para conocer de los comportamientos contrarios al cuidado e integridad del espacio público, cuando se fije en espacio público propaganda, avisos o pasacalles, pancartas pendones, vallas o banderolas sin la debida autorización o incumpliendo las condiciones establecidas en la normatividad vigente Artículo 140-12 del Código Nacional de Policía y convivencia.

De lo anterior se puede establecer, que a la Subsecretaria en mención le corresponde ejercer el control sobre la Publicidad Exterior visual colocada en

espacios privados, salvo aquellos que tengan la connotación de espacio público, en los términos del artículo 139 de la Ley 1801 de 2016. lo cual no es óbice para que en el control que se ejerza, se ponga en conocimiento de la autoridad de policía la publicidad que se encuentre instalada en espacio público incumpliendo la normatividad vigente.

Del mismo modo el desmonte de la publicidad que se encuentra instalada en sitio prohibido, se considera una medida administrativa de defensa del patrimonio ecológico de la Entidad, que se puede adoptar por el Concejo Municipal, con fundamento en el artículo 313-7 y 9 de la Constitución Política y el parágrafo 1 del artículo 13 de la Ley 1801 de 2016.

3. PUBLICIDAD EN LOS VEHICULOS DEL SERVICIO DE TRANSPORTE MASIVO MIO.

El Honorable Concejo Municipal de Santiago de Cali, en uso de sus atribuciones constitucionales y legales, y en especial las que se le confieren la Constitución Política de Colombia, en su Artículo 313, la Ley 136 de 1994, en su Artículo 32, las leyes 140 de 1994, 388 de 1997 y 769 de 2002, y los Acuerdos 069 de 2000 y 110 de 2003, profirió el Acuerdo No. 0179 de 2006, en virtud del cual se establecen las condiciones en las que puede realizarse la publicidad exterior visual mayor, menor y avisos en el Municipio de Santiago de Cali.

En el artículo 30 del mencionado Acuerdo, el Concejo Municipal autorizó la publicidad exterior móvil en i) buses; ii) buses escolares; iii) taxis; iv) vehículos de carga; v) vehículo de plataforma de uso exclusivo para el porte de publicidad y no permitió la publicidad en los vehículos del Sistema Integrado de Transporte Masivo SITM que circulen por las vías troncales, pretroncales y alimentadoras.

Con la finalidad de que Metro Cali S.A. obtenga fuentes de ingresos alternos a la operación del Sistema que le permita lograr la sostenibilidad financiera, se consideró la necesidad de levantar la restricción consagrada en el Acuerdo No. 0179 de 2006 y en su lugar, permitir la explotación comercial de la flota a través de la instalación de publicidad exterior visual móvil en el 30% de los vehículos articulados, padrones y complementarios que componen el parque automotor del Sistema de Transporte Masivo de la ciudad Santiago de Cali.

Que conforme a las proyecciones elaboradas, se estima que el Ente Gestor logrará obtener mediante la explotación publicitaria de los autobuses, un incremento significativo de sus ingresos y, en consecuencia, el emprendimiento para alcanzar progresivamente su sostenimiento financiero.

Se estima que de la venta de pauta publicitaria en los 217 buses que correspondiente al 30% del parque automotor actual del Sistema SITM-MIO, se reciba el valor anual aproximado de SIETE MIL SETECIENTOS OCHENTA Y SEIS MILLONES OCHOCIENTOS MIL P|ESOS (\$7.780.800.000), el cual se proyecta obtener manera gradual y progresiva en los primeros cuatro años, tal y como se indica a continuación.

TIPOLOGIA	CANTIDAD	30%	% PUBLICIDAD/BUS
			Área útil
Articulado	162	49	80%
Padrón	422	127	80%
Complementario	140	42	80%
TOTAL	724	217	

Nota: Precios de referencia Market Medios - Transmilenio.

TARIFAS BUSES SITM-MIO						
Tipología	Elementos	Valor Esperado venta publicidad Año	Proyección gradual de venta publicidad exterior BUSES			
			Año 1 30%	Año 2 60%	Año 1 80%	Año 1 100%
Bus Articulado	Lateral Exterior	\$2.916.000.000	\$874.800.000	\$1.749.600.000	\$2.332.800.000	\$2.916.000.000
Bus Padrón	Lateral Exterior	\$4.177.800.000	\$1.253.340.000	\$2.506.680.000	\$3.342.240.000	\$4.177.800.000
Bus Complementario	Lateral Exterior	\$693.000.000	\$207.900.000	\$415.800.000	\$554.400.000	\$693.000.000

TOTAL AÑO	\$7.786.800.000	\$2.336.040.000	\$4.672.080.000	\$6.229.440.000	\$7.786.800.000
------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------

		Participación publicidad buses / sobre ingresos de libre asignación			
Total Ingresos Libre asignación Metro Cali S.A. - Año 2017 ** Valor en MM	\$21.217	11%	22%	29%	37%

Nota:

* La venta de publicidad es gradual.

* Se debe tener en cuenta que del ingreso sale la comisión para la concesión.

* Para explotación publicitaria se destinara el 80% de la superficie útil debajo de los vidrios en consideración a la tipología de los autobuses que integran el SITM-MIO, toda vez que el área lateral de los autobuses cuentan con ventanas de mayor dimensión que corresponden aproximadamente al 40% de su área total, adicionalmente, mayor numero de puertas en cada costados y señalética adicional que limita el área útil de explotación publicitaria.

4. CONVENIENCIA.

Este proyecto es importante y conveniente para el Municipio de Santiago de Cali, toda vez que reglamenta la Publicidad Exterior visual en el Municipio y dispone de un control eficaz y operante que evite la contaminación visual a efectos de la saturación del paisaje por instalación de elementos publicitarios.

MAURICE ARMITAGE CADAVID
Alcalde de Santiago de Cali

Elaboró: Elena Londoño Gómez – Subdirectora de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico - DAPM.

Samir Jalil Paz – Subsecretario de Inspección Vigilancia y Control. Secretaría de Seguridad y Justicia.

Proyectó: Carlos Alberto Herrera Sarria – Lina María Martínez Melo – Juan David Santacruz Ibarra Contratistas Subdirección de Espacio público Y Ordenamiento Urbanístico.

Revisó: María de las Mercedes Romero – Directora del Departamento Administrativo de Planeación Municipal.

Revisó: María Ximena Román García- Directora Departamento Administrativo de Gestión Jurídica Publica.