



Cartagena de Indias D. T. y C., marzo de 2025

Doctor
RAFAEL ENRIQUE MEZA PÉREZ
Presidente Concejo Distrital de Cartagena
Ciudad

Asunto: Proyecto de Acuerdo No. de 2025: ***“Por medio del cual se reglamenta la publicidad exterior visual en el Distrito de Cartagena, y se dictan otras disposiciones”***

Cordial saludo:

En uso de mis atribuciones constitucionales y legales, presento a consideración del Honorable Concejo Distrital de Cartagena de Indias el proyecto de acuerdo relacionado en el asunto, cuyos fundamentos legales, de justificación y destinación se señalan a continuación:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1. Fundamentos normativos de la iniciativa

El artículo 2 de la Constitución Política consagra como fines esenciales del Estado: “servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo”.

Por su parte, en el artículo 209 del mismo texto, se señala que “la función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones, encontrando adicionalmente en el artículo 210 que las entidades del orden nacional descentralizadas por servicios sólo pueden ser creadas por ley o por autorización de ésta, con fundamento en los principios que orientan la actividad administrativa”.

1.1. En cuanto a la competencia del Alcalde Mayor para presentar proyectos de acuerdos

El artículo 315 de la Constitución Política contempla entre las funciones del Alcalde Mayor:

“(...) 5. Presentar oportunamente al Concejo los proyectos de acuerdo sobre planes y programas de desarrollo económico y social, obras públicas, presupuesto anual de rentas y gastos y los demás que estime convenientes para la buena marcha del municipio (...)”.

En el mismo sentido, la Ley 1551 de 2012, “Por la cual se dictan normas para modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios”

*“(...) **ARTÍCULO 91. FUNCIONES.** Los alcaldes ejercerán las funciones que les asigna la Constitución, la ley, las ordenanzas, los acuerdos y las que le fueren delegadas por el Presidente de la República o gobernador respectivo.*

Además de las funciones anteriores, los alcaldes tendrán las siguientes:



A) En relación con el Concejo:

1. Presentar los proyectos de acuerdo que juzgue convenientes para la buena marcha del municipio (...).

1.2. En lo que respecta a la competencia de los Concejos:

En cuanto a las competencias constitucionales del Honorable Concejo Distrital, el artículo 313, señala como facultades de dicha corporación, las siguientes:

“1. Reglamentar las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del municipio (...)

9. Dictar las normas necesarias para el control, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural del municipio”.

1.3. Normatividad aplicable asuntos de publicidad exterior visual

La Constitución Política de Colombia contiene varias normas que plantean una forma unitaria y nacional de regulación del medio ambiente, entre las que podemos señalar los artículos 2°, 79 inciso 2°, 80, 333, 334, 366, 268 y 277.

Con fundamento en la Carta Política, y priorizando la preservación del medio ambiente, el legislador expidió la Ley 140 de 1994, por la cual se reglamentó la exhibición de la publicidad exterior visual en el territorio nacional, con el propósito de mejorar la calidad de vida de los habitantes del país, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en relación con la Publicidad Exterior Visual.

La Ley 140 de 1994, regula la publicidad exterior visual en predios privados, prohibiendo en su artículo 3 la exhibición en espacio público, entre otros e igualmente por el Acuerdo 041 de 2007.

“(...) Artículo 3. Lugares de ubicación. Podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en todos los lugares del territorio nacional, salvo en los siguientes:

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 9 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 (...)”

Actualmente la publicidad exterior visual que se encuentra regulada en el Distrito de Cartagena solo es contemplada en suelos privados y esta se sustenta en el Acuerdo 041 de 2007.

Cumpliendo con lo ordenado por la Ley 140 de 1994, y atendiendo las competencias delegadas a los Concejos en el artículo 313 de la Carta Política, el Distrito de Cartagena expidió el Acuerdo 041 de 2007, con fin de regular lo relacionado con la publicidad exterior visual en su territorio, posteriormente modificado parcialmente en sus artículos 3 y 23, por el Acuerdo 024 de 2015.

No obstante, para el centro histórico, su área de influencia como también en las edificaciones catalogadas y áreas de influencia en la Periferia Histórica rigen las normas sobre avisos permanentes y transitorios señaladas en el Decreto 0977 de 2001 y demás normas concordantes del Plan de Ordenamiento Territorial.

En lo que respecta a la regulación del impuesto de publicidad exterior visual, el Concejo Distrital de Cartagena, con fundamento en el artículo 14 de la Ley 140 de 1994, inicialmente adoptó el Acuerdo 041 de 2006, posteriormente fue expedido el Acuerdo 107 de 2022 y finalmente se emite el Decreto compilatorio No. 810 de 2023, en los que se regula lo relacionado con el impuesto de publicidad exterior visual, referente la base gravable, hecho generador y sanciones por no declarar o por extemporaneidad en la inscripción en el registro.



2. Justificación

La Dirección de Control Urbano ha encontrado varios aspectos que motivan a la modificación y mejora de la normativa vigente entre los que se encuentran:

- Cifras básicas en el registro y recaudo del impuesto.
 - Poco conocimiento por parte de la ciudadanía respecto al tema y sus obligaciones referente a este.
 - Publicidad exhibida en zonas prohibidas.
 - Necesidad de intervenir el Centro Histórico.
 - Necesidad de generar una mayor articulación entre las dependencias a nivel Distrital que tienen injerencia con relación con la publicidad exterior visual.
- Como mecanismo para aumentar el recaudo y los registros, como también garantizar el cumplimiento de la normativa vigente que regula el tema en el Distrito, se han implementado las siguientes estrategias:



Recorridos:

Visitamos de forma presencial los establecimientos comerciales para orientar e impulsar el cumplimiento frente al registro de publicidad exterior visual, recalcando que es carácter obligatorio y en ese sentido socializamos el paso a paso que deben seguir los establecimientos para lograr el registro de la publicidad exhibida compartiendo los canales de enlace con la Dirección de Control Urbano para la oportuna información y resolución de inquietudes.

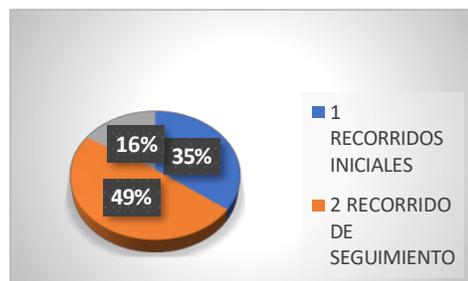




Se han realizado un total treinta y siete (37) recorridos a las tres localidades del Distrito, dentro de los cuales se han visitado 637 establecimientos y predios donde se identificó la exhibición de publicidad exterior visual, tal y como se relaciona en el siguiente cuadro:

TOTAL RECORRIDOS:

	DESCRIPCIÓN	CANT. RECOR.	ESTABLEC.
1	RECORRIDOS INICIALES	13	334
2	RECORRIDO DE SEGUIMIENTO	18	195
3	RECORRIDO VALLAS	6	108
	TOTAL	37	637



En los recorridos iniciales, se visitan por primera vez los establecimientos comerciales, que se destacan por su enfoque pedagógico y de sensibilización hacia quienes reciben las visitas. Durante estas visitas, se llevan a cabo los siguientes pasos:

- Visita a cada establecimiento del tramo programado.
- Entrega de información de manera pedagógica respecto a competencias y objetivo de la visita, solicitando la atención del competente (Administrador).
- Descripción del proceso de registro de la publicidad (Normativa, documentación y radicación).
- Entrega de información de los canales de acceso a la información y seguimiento del micrositio y redes de la Dirección para ampliación de información que pueda requerir.
- Diligenciamiento de formato de actas por establecimiento incluyendo toma de dimensiones, así como el formato con la información del establecimiento comercial y de quien recibe la visita.
- Notificación del seguimiento de la visita posteriormente y aviso de las sanciones que podrían proceder al no iniciar el proceso de registro según lo indicado (30 días).
- Registro fotográfico.

Sumado a lo anterior atendiendo la directriz del Director Administrativo de Control Urbano, estamos regresando de forma presencial a los establecimientos de comercio que fueron visitados por primera vez en la Avenida Pedro de Heredia, barrio Getsemaní y Transversal 54, con la finalidad de verificar cuales establecimientos comerciales han iniciado el respectivo trámite para el registro de publicidad exterior visual o determinar aquellos que han omitido nuestro llamado a fin de evaluar las posibles sanciones previstas en el Decreto 107 de 2022 e requerir bajo un informe detallado a los Inspectores de Policía para que actúen según las competencias consagrada en la Ley 1801 de 2016.

Atendiendo lo consagrado en el Decreto 0977 de 2001, también venimos ejerciendo el control sobre toda la publicidad exterior visual conforme que se encuentre exhibida en el Centro Histórico.

Bajo esta iniciativa adicionalmente nos hemos tomado el Centro Histórico, para hacer un control en sitio y concientizar a las personas que nos atienden en los establecimientos de que para dicha zona la normativa de publicidad que rige es el POT y debe cumplirse a cabalidad ya que esta es una zona de tratamiento especial en cuanto a su conservación y cuidado.



Divulgación de la información:

La Dirección de Control Urbano pensando en la ciudadanía en general, ha venido divulgando por los distintos medios de información todo lo relacionado con el trámite de registro de publicidad exterior visual, implementando el acercamiento presencial mediante los recorridos a cargo de funcionarios expertos en el área. Esto ha generado un impacto positivo reflejado en el incremento de solicitudes radicadas en comparación a los años anteriores. nuestra intención es hacer más amigable nuestros tramites y brindar alternativas que permitan el acceso a toda la ciudadanía, por es hemos compartido nuestro enlace de micrositio el cual contempla todas nuestras líneas estratégicas y entre ellas lo correspondiente a publicidad exterior visual

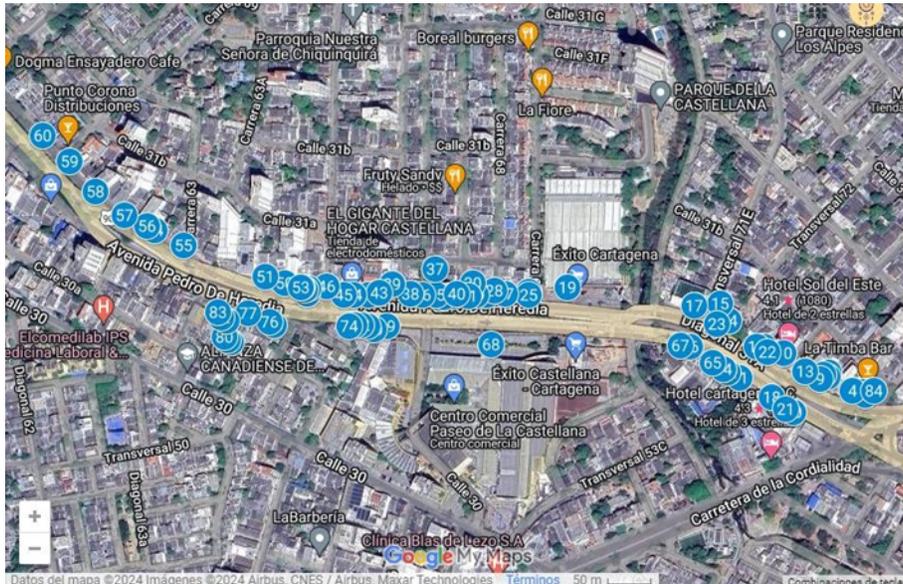
-Micrositio: difusión a través de nuestro micrositio <https://www.cartagena.gov.co/direccion-administrativa-control-urbano/publicidad-exterior-visual>, por el cual se busca hacer más amigable nuestros tramites y brindar alternativas que permitan el acceso a toda la ciudadanía. En este se contemplan todas nuestras líneas estratégicas y entre ellas lo correspondiente a publicidad exterior visual.

-Redes sociales: se han implementado mecanismos a través de las redes sociales entre estos video tutorial en YouTube con las especificaciones normativas y del proceso del registro https://youtu.be/6YBrWkz_EDc. Asimismo redes sociales como Instagram por la que se exponen las diferentes actividades y novedades de la Dirección y el chat de WhatsApp, garantizando la comunicación efectiva para las personas o entidades interesadas.

-Herramientas tecnológicas:

Código QR: para el acceso a nuestro enlace de micrositio el cual contempla todas nuestras líneas estratégicas y entre ellas lo correspondiente a publicidad exterior visual.

-Georeferenciación: se viene actualizando el aplicativo web Google Maps con la localización de los establecimientos visitados a fin de llevar un registro visual sobre el territorio, como se observa en la siguiente imagen:



Articulación con otras dependencias del distrito:

En nuestros recorridos hemos convocado al Establecimiento Público Ambiental, por ser los encargados para la emisión de los vistos buenos previos al registro de publicidad exterior visual e igualmente a la Gerencia de Espacio Público, teniendo en cuenta que durante nuestras visitas se ha evidenciado la exhibición de publicidad afectando el espacio público.

Con nuestras visitas buscamos una gestión integral con la participación de distintas dependencias, a fin mantener el control la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural del distrito e integridad del espacio público cuando se vea afectado por la exhibición de publicidad exterior visual.

Desde la Dirección de Control Urbano, apoyamos a la Secretaria General con el propósito de suministrar un informe sobre las vallas que se encuentran instaladas y forman parte del mobiliario urbano relacionado con el vinculadas a contrato MUPE-001-2002 (OPE).

Acorde a lo expuesto, y considerando las iniciativas y esfuerzos de la actual Dirección de Control Urbano, es importante señalar que se han visitado más de 600 inmuebles donde se exhibe publicidad, los cuales en su mayoría no cumplen con la normativa vigente. Esta situación puede atribuirse al desconocimiento de la norma, a la falta de claridad en su aplicación, a la deficiente vigencia de los permisos y a la carga que representa el trámite de prórroga cada 3 meses. Todo esto genera desinterés en el inicio del proceso y un aumento en la instalación de publicidad sin la debida autorización, lo que impacta negativamente al Distrito, provocando un mal desarrollo urbanístico por contaminación visual y un detrimento en los ingresos por concepto de impuesto de publicidad exterior visual.

2.1. Sobre la necesidad de la iniciativa

Durante los últimos años, la publicidad exterior visual en el Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias se ha expandido significativamente, lo cual ha generado un alto nivel de contaminación visual en la ciudad.



Desafortunadamente, la normatividad vigente no ha sido suficiente para controlar la dinámica actual de la publicidad exterior visual en el Distrito.

Al estudiar el Acuerdo 041 de 2007, se pueden identificar algunos vacíos y lagunas que conducen a la necesidad de reglamentar algunos aspectos y situaciones de manera más amplia y clara, como aquellos relacionados con: (i) clasificación de la publicidad según su tipología o instalación, (ii) características particulares y condiciones para la fijación de avisos publicitarios, (iii) características particulares y condiciones para la fijación de vallas publicitarias, (iv) características particulares y condiciones para la publicidad electrónica y/o digital, (v) características particulares y condiciones para la fijación de pasacalles o pasavías y pendones, (vi) características particulares y condiciones para la cerramientos de obras, (viii) otras formas de publicidad exterior visual, (vi) los documentos o requisitos necesarios para el registro de la publicidad exterior visual y el trámite ante la Dirección de Control Urbano.

Por esa razón, consideramos necesario actualizar la normatividad que reglamenta la publicidad exterior visual en el ámbito distrital. En cuanto que el Acuerdo 041 de 2007 requiere de mejoras considerables en materia de requisitos, trámites, vigencia del registro, y la determinación de las nuevas modalidades y sus elementos publicitarios, que permitan una mayor cobertura, control e ingresos por recaudo de impuestos, resulta imperioso que se expida una nueva reglamentación acorde con las necesidades actuales de la ciudad sobre la materia.

La modernización en los elementos de publicidad requiere de una norma con mayor alcance que permita mejorar la eficiencia en el control de la publicidad que se pretenda exhibir en el Distrito y del proceso de obtención del registro, estipulando en lenguaje claro a los anunciantes las condiciones que se requieren para dicho trámite en aras de fomentar una cultura de legalidad.

En ese sentido, el presente proyecto de acuerdo busca fortalecer el control ante la actual dinámica y la significativa expansión de la publicidad exterior visual en el Distrito de Cartagena, el cual permitirá posteriormente disminuir de manera ostensible la contaminación que afecta la ciudad.

Por lo anterior, y en atención a las atribuciones legales contenidas en la Ley 140 de 1994, conforme a la cual le corresponde al Alcalde Mayor reglamentar lo correspondiente a la publicidad exterior visual en su territorio para el control, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural del Distrito, se justifica la necesidad, viabilidad y conveniencia de la presente iniciativa.

2.2. Sobre la conveniencia de la iniciativa

Para lograr un eficiente control y seguimiento de la publicidad exterior visual en el Distrito de Cartagena, es necesario contar con una norma que se ajuste a las actuales necesidades, dinámica de desarrollo y expansión de la ciudad, siendo conveniente la expedición de un nuevo acuerdo. Así, entre las razones que justifican la conveniencia de la presente iniciativa se encuentran las siguientes:

- Adaptación a las innovaciones tecnológicas (Publicidad digital).
- Implementación de herramientas tecnológicas (Mapa georreferenciación, que será creado por el equipo técnico de la Dirección de Control Urbano, permitiendo la localización y control de la publicidad exhibida que esté cumpliendo o no con el respectivo registro).
- Regular las condiciones en las que se puede exhibir cada tipo de publicidad, con el fin salvaguardar el medio ambiente o impacto del entorno, esto pensando en un ambiente sostenible, como acontece cuando se pretende instalar un elemento publicitario luminoso.
- Resulta conveniente ampliar la vigencia del registro de publicidad exterior visual que actualmente es de 3 meses (prorrogables), siendo un término muy corto y suele generar cierto inconformismo por parte del usuario al encontrarse frente a un trámite tedioso, impactando negativamente en el pago del impuesto y en ese sentido resulta más conveniente tener un término más amplio que sería hasta por 12 meses, garantizando un mayor dinamismo en el tiempo y recaudo en el Distrito de Cartagena.
- Con las características y condiciones establecidas en el nuevo acuerdo, se pretende una ciudad menos saturada, un adecuado ambiente desde lo visual y estético.



- Determinar que el competente para el registro y liquidación del impuesto de la publicidad exterior visual estaría en cabeza de la Dirección de Control Urbano, lo cual es importante ya que la norma se refiere a la Secretaría de Planeación Distrital y esto genera importante reproceso, tanto en los registros como en las liquidaciones
- Conviene aclarar que a la luz de la Ley 1801 de 2016, las medidas correctivas frente a la infracción por instalación publicidad exterior visual, es competencia de Policía, comandantes y subcomandantes de policía.

La Dirección de Control Urbano, asumió el compromiso de ser actuante y ejecutora para la resolución de los problemas urbanísticos que se presenten en la ciudad, razón por la cual presentó dos (2) programas fundamentales que fueron adoptados a través del Acuerdo No.139 del 29 de mayo del 2024 "Por el cual se adopta el Plan Distrital de Desarrollo 2024-2027, Cartagena Ciudad de Derechos", entre estos el correspondiente al denominado programa "Recuperando la Gobernanza Urbanística Cartagena Vuelve a Brillar", en el que se encuentran relacionados los procesos de expedición del (i) registro de Publicidad Exterior Visual y (ii) liquidación del Impuesto de Publicidad Exterior Visual-liquidación por incumplimiento en el deber de registro de la Publicidad Exterior Visual.

Dentro del Plan de Desarrollo se estableció en la Sección IV, artículo 12, la Línea Estratégica 4: Ciudad conectada y sostenible, dentro de la cual se encuentra el componente impulsor de avance denominado: CONTROL URBANÍSTICO Y TERRITORIAL.

El mencionado componente impulsor vincula el programa Recuperando la Gobernanza Urbanística Cartagena Vuelve a Brillar: Se enfoca en mejorar la regulación del control urbano, proponiendo herramientas y estrategias para sanear asentamientos irregulares y promover la construcción legal. Se busca la colaboración activa entre las autoridades del Distrito, la ciudadanía y otros actores clave para garantizar un crecimiento urbanístico ordenado y conforme a la ley.

El Gobierno Distrital, a través de este programa, redirigirá y orientará la estrategia y los lineamientos para el ejercicio óptimo del Control Urbano en la ciudad de Cartagena. Esto se logrará mediante la formulación e implementación de instrumentos que procuren el saneamiento urbanístico de los asentamientos humanos irregulares. Además, se buscará incentivar estrategias que fortalezcan el sector de la construcción con el fin de contrarrestar la construcción ilegal y promover el crecimiento ordenado de la ciudad.

La línea estratégica y el programa en mención persiguen el adecuado control urbanístico de la ciudad y el saneamiento urbanístico para generar un desarrollo territorial ordenado, lo cual guarda una relación directa con el proceso del registro de publicidad exterior visual y la necesidad de contar con una norma que permita promover la adecuada exhibición de elementos publicitarios en el Distrito de Cartagena.

DUMEK JOSÉ TUNBAY PAZ
Alcalde Mayor de Cartagena de Indias D. T. y C.

RESPONSABLES	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	FIRMA
Revisó	Emilio Rafael Molina Barboza	Director Administrativo de Control Urbano	
Aprobó	Milton José Pereira Blanco	Jefe Oficina Asesora Jurídica	

Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el presente documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales y/o técnicas vigentes y por lo tanto bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para firma del remitente.



PROYECTO DE ACUERDO No.

“Por medio del cual se reglamenta la publicidad exterior visual en el Distrito de Cartagena, y se dictan otras disposiciones”

EL CONCEJO DISTRITAL DE CARTAGENA DE INDIAS

En uso de sus atribuciones legales, en especial las contenidas en el artículo 313 de la Constitución Política de Colombia, Ley 136 de 1994, Ley 1551 de 2012, en especial la Ley 140 de 1994,

ACUERDA

**TÍTULO I
NORMAS GENERALES**

CAPITULO UNICO

ARTÍCULO 1.- Objeto. El presente Acuerdo tiene por objeto, reglamentar la publicidad exterior visual en el Distrito de Cartagena, indicando las áreas o espacios donde está permitida la publicidad, así como las responsabilidades del propietario y de los anunciantes.

El presente acuerdo establece las condiciones en que puede realizarse Publicidad Exterior Visual en el Territorio del Distrito de Cartagena.

Se entiende por publicidad exterior visual el medio masivo de comunicación, permanente o temporal, fijo o móvil, que se destine a llamar la atención del público a través de leyendas o elementos visuales en general, tales como dibujos, fotografías, letreros o cualquier otra forma de imagen que se haga visible desde las vías de uso público, bien sean peatonales, vehiculares, aéreas, terrestres o acuáticas, y cuyo fin sea comercial, cívico, cultural, político, institucional o informativo. Tales medios pueden ser vallas, avisos, tableros electrónicos, pasacalles, pendones, colombinas, carteleras, mogadores, globos, y otros similares.

Aun conservando las características atrás anotadas, no se entenderá como publicidad exterior visual las señales viales, la nomenclatura y la información sobre sitios de interés histórico, turístico, cultural o institucional de la ciudad, siempre que tales señales sean puestas con la autorización de la Administración Distrital, y demás sitios señalados en el artículo 2 de la ley 140 de 1994.

ARTÍCULO 2.- Campo de aplicación. El presente acuerdo se aplicará en todos los lugares del territorio del Distrito de Cartagena.

ARTÍCULO 3.- Prohibiciones. No podrá colocarse publicidad exterior visual, además de los sitios señalados en la Ley 140 de 1994, en los siguientes:

- 3.1. En las áreas que constituyan espacio público de conformidad con las normas Distritales y la Ley 9º de 1989, o sus reglamentos que las modifiquen, adicionen o sustituyan, así como el Plan de Ordenamiento Territorial del Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias.
- 3.2. En los sitios previstos en el artículo 469 del Decreto 0977 de 2001 o en la norma que lo sustituya, complemente o modifique.



- 3.3. En las zonas declaradas como reservas naturales, hídricas y las zonas declaradas de manejo y preservación ambiental, excepto las vallas de tipo institucional que informen sobre el cuidado de estas zonas.
- 3.4. En lugares en los que su colocación obstaculice el tránsito peatonal o en donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial, informativa y de la nomenclatura urbana, aun cuando sean removibles.
- 3.5. En los sitios que determine el reglamento del presente acuerdo, que para tal efecto expida el Alcalde.
- 3.6. Aquella que sea adherida con pegamento, compuestos químicos o elementos de difícil remoción en luminarias, postes de alumbrado público, postes para distribución de energía, mástiles, torres para iluminación de parqueaderos y escenarios deportivos, sobre luminarias de parques, plazoletas, vías peatonales, zonas verdes, elementos del sistema de hídrico orográfico y similares, barandas o estructuras de puentes vehiculares o peatonales; postes para semaforización, sobre vías o zonas de carácter paisajístico sobre los elementos naturales como árboles, rocas y similares.

Parágrafo Primero.- De conformidad con la Ley 140 de 1994, no se entenderá como publicidad exterior visual las señales viales, la nomenclatura y la información sobre sitios de interés histórico, turístico, cultural o institucional de la ciudad, siempre que tales señales sean instaladas con la autorización de la Administración Distrital e igualmente las expresiones artísticas como pinturas o murales siempre que no contengan mensajes comerciales y las señales turísticas peatonales conforme a la reglamentación que para el efecto emita el Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes.

Parágrafo Segundo.- No se permitirá el registro de ningún tipo de publicidad exterior visual cuyo objeto o contenido anunciado sea ilegal.

TÍTULO II CARACTERÍSTICAS PARTICULARES Y CONDICIONES PARA LA FIJACION DE LA PUBLICIDAD VISUAL EXTERIOR

CAPITULO I SOBRE LA CLASIFICACION DE LA PUBLICIDAD VISUAL EXTERIOR

ARTÍCULO 4.- Clasificación. La publicidad exterior visual se determinará según su tipología, y en consecuencia será: a) avisos y pendones comerciales, b) vallas publicitarias, c) publicidad móvil, d) publicidad marítima y fluvial, e) pantallas de publicidad electrónica y/o digital, f) pasacalles o pasavías, g) publicidad en cerramiento de obra, y h) murales comerciales

La publicidad visual exterior según su instalación será fija o móvil.

CAPITULO II DE LOS AVISOS Y PENDONES COMERCIALES CARACTERÍSTICAS Y CONDICIONES.

ARTÍCULO 5.- Definición. Para efectos del presente acuerdo, se entiende por aviso el conjunto de elementos distintos de los que adornan la fachada, compuesto por logos y letras



o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos y que se instalan adosados a las fachadas de las edificaciones.

Se entiende por pendones comerciales aquel conjunto de elementos de publicidad removible elaborado en tela vinílica o similares, que cuentan con piezas de soporte, que se utiliza como anuncio, señal, advertencia o propaganda con fines comerciales y que únicamente podrán estar adosados a la fachada de un inmueble.

Parágrafo. - De conformidad con la Ley 140 de 1994, no serán considerados como avisos y pendones comerciales aquellos elementos destinados a señalar el ingreso y salida de los establecimientos, ni los horarios de atención al público, así como las tarifas o valores de productos o servicios, siempre y cuando no contengan ningún elemento de publicidad exterior visual.

ARTÍCULO 6.- Ubicación: Los avisos y pendones comerciales deberán reunir las siguientes características:

- 6.1. Sólo podrá existir un aviso o pendón comercial por fachada de establecimiento, salvo que la edificación contenga dos (2) o más fachadas, en cuyo caso se autorizará uno por cada una de ellas. Lo anterior sin perjuicio de que el establecimiento pueda dividir su aviso o pendón comercial sin exceder el área máxima señalada en el literal siguiente y sin que el aviso o pendón comercial pierda la continuidad del diseño.
- 6.2. Los avisos o pendones comerciales no podrán exceder el treinta por ciento (30%) del área de la fachada del respectivo establecimiento.
- 6.3. Cuando una misma edificación presente diferentes establecimientos de comercio y que desde cuyos locales se pueda acceder desde la vía pública de forma individual, cada uno de ellos podrá exhibir su publicidad en su respectiva área sin exceder el treinta por ciento (30%) del área de su fachada correspondiente.
- 6.4. Los establecimientos de comercio localizados en el primer y segundo piso deberán optar por exhibir su aviso en la fachada del primer piso o en el antepecho del segundo piso, sin superar el área del antepecho.
- 6.5. Cuando la edificación presente establecimientos de comercio en pisos superiores al segundo deberá destinarse un espacio específico en la fachada del primer piso en el que se exhiba la publicidad de todos estos establecimientos. Dicho espacio no podrá exceder del diez por ciento (10%) del área total de la fachada.
- 6.6. Si el establecimiento se encuentra ubicado en el segundo piso, la publicidad solo puede ser exhibida en el antepecho de dicho piso.
- 6.7. Si el establecimiento de comercio funciona como un hotel, hostel, hospital, institucional o similares, el aviso se podrá ubicar en los niveles superiores del inmueble sin excederse de los límites establecidos en el literal b del presente artículo.
- 6.8. Las estaciones para el expendio de combustibles y los establecimientos comerciales con área de parqueo superior a dos mil quinientos metros cuadrados (2.500 m²), además de la publicidad en fachada, podrán colocar una valla publicitaria separada de esta, dentro del perímetro del



predio, siempre y cuando no anuncie en un mismo sentido visual del que se encuentre en la fachada del establecimiento comercial, ni se ubique en zonas de protección ambiental, zonas de cesión tipo A, andenes, calzadas de vías y donde este acuerdo lo prohíbe. En este caso, la altura máxima permitida será de quince metros (15m) contados desde el nivel del piso hasta el punto más alto y la superficie no podrá ser superior a quince metros cuadrados (15m²).

6.9. En los inmuebles donde operen redes de cajeros automáticos se permitirá que éstos cuenten con sus respectivos avisos, los cuales se considerarán para todos los efectos avisos distintos de aquellos que corresponden a los establecimientos de comercio ubicados en el inmueble. En todo caso estos avisos no podrán ocupar más del treinta por ciento (30%) del área del frente del cajero.

Parágrafo Primero. - Todo aviso o pendón comercial separado de la fachada será considerado como valla, en consecuencia, se sujetará a dicho régimen.

Parágrafo Segundo. - Para la publicidad visual exterior en el Centro Histórico de Cartagena se atenderá lo dispuesto sobre avisos permanentes y transitorios señaladas en el artículo 467, 468 y demás normas concordantes del Decreto 0977 de 2001, Plan de Ordenamiento Territorial o la norma que lo modifique, adicione o sustituya sin perjuicio de las normas complementarias que se adopten mediante el presente acuerdo.

Parágrafo Tercero. - Sólo se permitirán los avisos comerciales luminosos en los establecimientos que se encuentren ubicados en zonas comerciales, vías arteriales, en áreas de actividad mixta. Se prohíbe la instalación de estos avisos en zonas residenciales.

Artículo 7.- Avisos y pendones comerciales en áreas de uso residencial. Los avisos y pendones comerciales de identificación que se instalen en locales comerciales autorizados, situados en zonas residenciales tendrán un tamaño máximo de un metro cuadrado (1m²), excepto en los casos de locales con una fachada que supere los cincuenta metros cuadrados (50m²) de ancho, donde se permite un aviso o pendón comercial de identificación de hasta ocho metros cuadrados (8m²). Estos avisos no podrán ser luminosos.

ARTÍCULO 8.- Prohibiciones. Se prohíbe la colocación de avisos o pendones comerciales de las siguientes características:

- 8.1. Los avisos o pendones comerciales que sobresalgan de la fachada.
- 8.2. Los elaborados con pintura o materiales reflectivos;
- 8.3. Los elementos pintados o integrados de cualquier manera en las ventanas o puertas de la edificación.
- 8.4. Los adosados o suspendidos en antepechos que superan el segundo piso.

CAPITULO III DE LAS VALLAS PUBLICITARIAS

ARTÍCULO 9.- Definición. Entiéndase por valla todo anuncio permanente o temporal utilizado como medio masivo de comunicación, que permite difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos, culturales, políticos, institucionales, artísticos, informativos o similares; que se instala, para su apreciación visual en lugares exteriores y que se encuentra montado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos, el cual se integra física, visual, arquitectónica y estructuralmente al elemento que lo soporta y al entorno.



ARTÍCULO 10.- Condiciones. Las vallas deberán cumplir las siguientes condiciones:

- a. Distancia: En suelo urbano, podrán colocarse hasta dos (2) vallas contiguas con la publicidad exterior visual. La distancia mínima con la más próxima no puede ser inferior a ochenta metros (80m). En suelo rural, con categoría de protección podrá instalarse una valla cada doscientos metros (200m) dentro de los dos kilómetros (2km) de carretera siguientes al límite del suelo urbano, después de este kilometraje se podrá colocar una Valla cada doscientos cincuenta metros (250m).
- b. Distancia de la vía: las vallas en suelo rural con categoría de protección deberán estar a una distancia mínima de quince metros lineales (15 Mts/L) a partir del borde de la calzada.
- c. Ubicación: Las vallas en suelo urbano deberán localizarse conforme a lo señalado en el artículo 18 del presente Acuerdo.
- d. Se podrá colocar vallas en las culatas de inmuebles construidos, siempre y cuando su tamaño no supere los costados laterales de dichos inmuebles.
- e. La dimensión de las vallas en lotes construidos y/o sin construir no podrá ser superior a cuarenta y ocho metros cuadrados (48 Mt²).
- f. Dimensiones vallas de estructura tubular: La altura máxima será de veinticuatro metros (24m), el área de la valla no podrá tener más de cuarenta y ocho metros cuadrados (48 Mt²) y no podrá sobresalir del límite del inmueble.

ARTÍCULO 11.- Vallas para promoción de proyectos en construcción. Este tipo de elemento publicitario es utilizado para promocionar las edificaciones y proyectos en proceso de construcción y/o venta, cuyo objetivo es proporcionar información relevante sobre el proyecto, las cuales deben cumplir con las siguientes condiciones:

- a) La valla de obra no puede exceder de los cuarenta y ocho metros cuadrados (48 m²).
- b) Es obligatorio que en la valla de proyectos destinados a vivienda aparezca, al menos en una superficie de mínimo dos metros (2m) cuadrados de la pieza publicitaria se añada la información requerida por la Superintendencia de Industria y Comercio relacionada con nombre y ubicación del proyecto, la empresa constructora, precio de referencia y detalles de contacto.
- c) Las obras en construcción solo pueden tener una valla por cada lado de la vía y en un solo sentido de exhibición.

Parágrafo. - Las vallas de proyectos inmobiliarios destinados a vivienda, podrán instalarse una vez que el constructor enajenador cuente con el registro de enajenación y desde la fecha en que el proyecto se encuentre radicado ante la Alcaldía Mayor de Cartagena. De lo contrario se impondrán las sanciones correspondientes.

ARTÍCULO 12.- Vallas Institucionales. Las vallas institucionales tienen por objeto comunicar actividades de los organismos del Estado. Estas vallas son temporales y contienen información institucional, preventiva, reglamentaria o direccional sobre servicios, medidas o sistemas de



seguridad, transporte, construcción y reparación de obras y vías, programas de recreación, medio ambiente, salud e higiene o comportamientos cívicos. El área máxima será de cuarenta y ocho metros (48 M2). Se podrá utilizar pintura o materiales reflectivos.

Estas vallas deberán cumplir con las especificaciones técnicas como distribución, diseño y parámetros establecidas por la normativa que regule las obras y proyectos de infraestructura según corresponda.

Las vallas institucionales para su instalación no están sujetas al pago del Impuesto de publicidad exterior visual, pero deberán registrarse previamente ante la Alcaldía de Cartagena de Indias.

Las vallas institucionales instaladas para la ejecución de obras deberán ser retiradas dentro de los quince (15) días siguientes a la finalización de esta.

ARTICULO 13.- Valla de proximidad. Salvo en los lugares que prohíben los literales a) y c) del artículo 3 de la Ley 140 de 1997, en zonas de suelo rural en la categoría de protección podrán colocarse vallas para advertir sobre la proximidad de un lugar o establecimiento.

Dicha Publicidad sólo podrá colocarse al lado derecho de la vía, según el sentido de circulación del tránsito, en dos (2) lugares diferentes dentro del kilómetro anterior al establecimiento. Las vallas deberán tener un tamaño máximo de cuatro metros cuadrados (4Mts²) y no podrán ubicarse a una distancia inferior a quince metros (15Mts/L), contados a partir del borde de la calzada más cercana a la valla.

No podrá colocarse Publicidad indicativa de proximidad de lugares o establecimientos obstaculizando la visibilidad de señalización vial y de nomenclatura o informativa.

ARTÍCULO 14.- Orden de prelación de las solicitudes de registro. Acorde a la distancia entre vallas, tendrá prioridad la solicitud de registro que haya sido presentada primero, a través de la ventanilla única de atención al ciudadano.

ARTÍCULO 15.- Georreferenciación. La Alcaldía de Cartagena de Indias dispondrá de un plano digital actualizado del Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias que mostrará la ubicación de las vallas legalmente registradas, así como un archivo de la publicidad exterior visual desde la expedición del presente Acuerdo.

ARTÍCULO 16.- Ubicación de los predios. Además de los requisitos establecidos en el artículo 4° de la Ley 140 de 1994, las vallas, vallas electrónicas y/o digitales, así como los elementos estructurales que contienen publicidad exterior visual en la zona urbana del Distrito de Cartagena, se ubicaran dentro de los inmuebles a partir de la línea de construcción o paramento. En todo caso, no pueden sobresalir sobre los costados de los inmuebles construidos ni de los predios colindantes, tampoco ocupar áreas pertenecientes al espacio público.

Así mismo, no se permitirá la instalación de este tipo de elementos en azoteas de conformidad a las disposiciones establecidas en el artículo 231 del Plan de Ordenamiento Territorial y demás normas que lo adicione, modifique o sustituya.

Parágrafo. - Lo anterior además aplica a los elementos de iluminación artificial. En ningún caso, ningún tipo de valla publicitaria puede atravesar la cubierta del inmueble ni las placas que separan sus pisos.



ARTÍCULO 17.- Altura de las vallas publicitarias o elementos estructurales. La distancia máxima entre el límite superior del tablero y el límite inferior de su estructura tubular no podrá exceder los 25 metros. En caso de que supere este límite establecido en el presente Acuerdo, se deberá adjuntar un plano constructivo que asegure la estabilidad en altura y la correcta instalación en la cimentación. Este plano deberá ser presentado acompañado de la solicitud respectiva ante la Alcaldía de Cartagena quien deberá revisarlo de acuerdo con el reglamento de sismo resistencia NSR-10 o cualquier norma que la modifique, adicione o sustituya.

ARTÍCULO 18.- Iluminación. Las vallas podrán ser iluminadas interior o exteriormente, siempre y cuando no genere un impacto ambiental negativo según lo dispuesto en el presente artículo, o lo que determine el reglamento.

En todo caso el propietario de la valla deberá observar y cumplir los requisitos establecidos en las Leyes 142 y 143 de 1994 o aquellas que reglamenten, modifiquen o sustituyan.

Parágrafo Primero. - Cuando las vallas o cualquiera de los elementos publicitarios contemplados en este Acuerdo cuenten con iluminación artificial, esta no deberá causar impacto ambiental por luminosidad ni provocar molestias a los residentes vecinos. El incumplimiento de este artículo conllevará las sanciones correspondientes.

Parágrafo Segundo. - En el marco de la actuación adelantada por la Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias, la autoridad ambiental correspondiente, evaluará si la valla, el elemento estructural y la publicidad generan un impacto ambiental negativo debido a la luminosidad. En caso de que no exista impacto negativo, esto debe quedar registrado en el concepto o visto bueno emitido.

Para evitar impactos negativos por luminosidad, se disponen obligaciones para la instalación y uso de elementos publicitarios con iluminación, así:

- a) La bombilla o sistema de iluminación deberá estar instalado de manera horizontal y paralelo al suelo, dirigiendo el flujo luminoso únicamente hacia arriba. Además, se debe evitar sobredimensionar las instalaciones y asegurarse de que la luz no se proyecte más allá de la zona de interés para evitar molestias a los vecinos.
- b) Se debe ajustar la iluminación a los niveles recomendados y adaptados, según lo definido por el Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible.

CAPITULO IV DE LA PÚBLICIDAD MÓVIL

ARTÍCULO 19.- Definición. Se entiende por publicidad móvil aquella que está fijada o adherida en vehículos automotores autorizados para este propósito. Estos vehículos pueden ser automotores que tengan la capacidad de moverse, siempre y cuando cumplan con las normas de tránsito de igual o superior jerarquía.

Parágrafo. – Se permite la instalación de publicidad móvil a través de vehículos en las modalidades establecidas por la normativa de tránsito vigente.



ARTÍCULO 20.- Condiciones. Las condiciones para todo elemento de publicidad móvil son las siguientes:

- a) En ningún caso puede modificar o añadir al ancho y/o longitud original del vehículo portador, ni sobresalir de los límites laterales, frontales y posteriores del mismo.
- b) No debe obstaculizar la visibilidad de las placas de identificación del vehículo ni inducir a errores en su lectura.
- c) En los costados laterales, debajo de los vidrios, se puede colocar publicidad exterior visual en un máximo del setenta por ciento (70%) de la superficie de cada costado. Esta publicidad deberá estar instalada en materiales resistentes a la intemperie y no puede sobrepasar en más de un centímetro (1cm) el espesor de la carrocería del vehículo. Además, en la parte posterior de los vehículos automotores, la publicidad exterior visual debe permitir identificar claramente los colores originales del vehículo registrados en la tarjeta de propiedad.
- d) Se permite fijar, pintar o adherir publicidad exterior visual en vehículos que anuncien productos o servicios en desarrollo del objeto social de la empresa que utiliza el vehículo para el transporte o locomoción de los productos o la prestación de servicios. Lo anterior no aplica para vehículo de transporte público que utilice combustibles exceptuados del control de emisiones contaminantes o de una edad inferior a cinco (5) años con referencia al año modelo, siempre y cuando no contravenga las normas de tránsito de igual o superior jerarquía.
- e) En las capotas de los vehículos se autoriza la colocación de publicidad exterior visual, siempre y cuando se instale sobre un aditamento resistente a los fenómenos naturales, de forma tal que se integre visualmente al elemento portante, en forma paralela y que su tamaño no supere el cincuenta por ciento (50%) del área de la capota ni tenga una altura superior a sesenta centímetros (60 cm).

ARTICULO 21. - Vehículos de carga. Se autorizará 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 está vinculado el automotor. Se podrán colocar anuncios en los laterales de la cabina y debajo de los vidrios, ocupando como máximo el ochenta por ciento (80%) de estas superficies. En los costados del furgón, se permitirá la instalación de publicidad en una proporción máxima del ochenta por ciento (80%) de cada superficie lateral, y en la parte posterior se podrá instalar en un tamaño que no exceda el ochenta por ciento (80%) de dicha área.

ARTICULO 22. - Vehículos con plataforma exclusiva para el porte de publicidad. Los vehículos exclusivos para el transporte de elementos publicitarios tipo valla deberán estar registrados como carrocería planchón o plataforma. Estos elementos de publicidad móvil deberán ajustarse a los siguientes parámetros:

- a) Podrán existir dos (2) caras laterales con publicidad, con un área total inferior a ocho (8) metros cuadrados, medidos desde el chasis, las cuales pueden estar iluminadas y una cara trasera de máximo dos metros (2m) de área, la cual, no debe tener iluminación.
- b) La capacidad de carga permitida será inferior a tres (3) toneladas.
- c) No podrán portar pasajeros en la plataforma cuando el vehículo esté en movimiento.
- d) No podrán portar sonido, salvo cuando estén estáticos en un evento con previa autorización de la autoridad competente y en cuyo caso deberán cumplir con las directrices y lineamientos que para el efecto emita la autoridad del tránsito Distrital
- e) En la noche los móviles deberán mantener las luces de parqueo encendidas.



Parágrafo primero.- Este tipo de publicidad se permitirá únicamente en los horarios establecidos por las autoridades de tránsito. Además, no podrá ocupar los antejardines, andenes, zonas verdes públicas ni áreas de protección ambiental o paisajística.

Parágrafo Segundo.- En todos los casos para el registro de publicidad exterior en vehículo automotriz, es necesario aportar dentro de la documentación requerida la copia de los documentos del vehículo referente a la Tarjeta de propiedad del vehículo y SOAT vigente.

ARTÍCULO 23.- Disponibilidad del registro por parte de la autoridad de tránsito y transporte. El Departamento Administrativo de Tránsito y Transporte o quien haga sus veces tendrá acceso a la base de datos de publicidad exterior visual, donde podrá consultar los registros expedidos para elementos de publicidad móvil. La Alcaldía a través de la dependencia que defina el reglamento enviará mensualmente un reporte a la autoridad distrital de tránsito y transporte, detallando los elementos de publicidad móvil autorizados, los cuales deberán estar completamente identificados.

ARTÍCULO 24.- Embarcaciones marítimas y fluviales. Se autorizará la publicidad móvil para aquellas embarcaciones marítimas y fluviales que cuenten con el debido registro ante la autoridad competente, atendiendo las siguientes condiciones:

- a) En ningún caso puede modificar o añadir al ancho y/o longitud original del vehículo portador, ni sobresalir de los límites laterales, frontales y posteriores del mismo.
- b) No debe obstaculizar la visibilidad de la matrícula de identificación de la embarcación ni inducir a errores en su lectura.
- c) En los costados laterales, se puede colocar publicidad exterior visual en un máximo del cincuenta por ciento (50%) de la superficie de cada costado. Esta publicidad deberá estar instalada en materiales resistentes, que se encuentre fijada, pintada o adherida a la embarcación o en todo caso que no sobrepase en más de un centímetro (1cm) de su espesor. Además, la publicidad exterior visual debe permitir identificar claramente los colores originales de la embarcación registrados ante la autoridad competente.
- d) También se permitirá colocar publicidad exterior visual sobre la cubierta, mástiles y velas, en un máximo del cincuenta por ciento (50%) del elemento en el que sea exhiba.
- e) Solo se permitirá fijar, pintar o adherir publicidad exterior visual en las embarcaciones que anuncian productos o servicios en desarrollo del objeto social de la empresa a la que pertenece.

CAPITULO V DE LA PUBLICIDAD ELECTRÓNICA Y/O DIGITAL

ARTÍCULO 25.- Medios Informativos Electrónicos. En los tableros, pantallas LED o vallas electrónicas se podrá anunciar publicidad con fines comerciales, información ambiental, servicios públicos, medidas o sistemas de seguridad o transporte, prevención de riesgos, así como campañas culturales, cívicas, de recreación y salud pública. Podrán instalarse excepcionalmente sobre espacio público de acuerdo con el reglamento que el Alcalde Mayor de Cartagena de Indias expida para el caso. EL área expuesta del elemento no debe superar los cuarenta y ocho metros cuadrados (48 Mt²).



Parágrafo. - Sólo se permitirán medios informativos electrónicos en los establecimientos que se encuentren ubicados en zonas comerciales, vías arteriales, en áreas de actividad mixta, y en todo caso se prohíben en zonas residenciales.

ARTICULO 26.- Sitios donde no se permite la publicidad electrónica. No se podrán instalar pantallas de publicidad electrónica en los siguientes lugares:

- a) A menos, de doscientos metros (200m) radiales de glorietas o cruces no semaforizado entre vías arterias o colectoras.
- b) En bienes de interés cultural del grupo urbano y del grupo arquitectónico donde la publicidad podría afectar el valor histórico, arquitectónico o paisajístico; para lo cual, dado el caso, se requerirá previamente de la autorización del Alcalde Mayor de Cartagena de Indias como la autoridad cultural distrital competente.
- c) En espacios públicos y áreas naturales protegidas donde se busca mantener la estética y la integridad del entorno, sin perjuicio de lo señalado en el presente Acuerdo.
- d) En áreas predominantemente residenciales para evitar la contaminación visual y la afectación por servidumbre de luz.
- e) En zonas ecológicas y áreas designadas para la conservación del medio ambiente, donde la publicidad puede tener un impacto negativo.

ARTÍCULO 27. – Distancia. Determinase como distancia mínima entre medios informativos electrónicos, las siguientes:

- a. **En suelo urbano**, aquellas áreas que no sean predominantemente comerciales, la distancia mínima entre dos medios informativos electrónicos será de doscientos (200m) metros radiales.
- b. **En suelo rural** en la categoría de protección la distancia mínima entre dos pantallas digitales será de trescientos metros lineales (300Mts/L).

Parágrafo. - Entre una valla publicitaria y una valla electrónica y/o digital, deberá existir distancia mínima de ciento sesenta metros (160 m) medidos de forma lineal y en el mismo costado de la vía.

ARTICULO 28. - Vallas de publicidad electrónica y/o digital. Las vallas de publicidad electrónica son aquellas que operan bajo sistemas electrónicos o digitales, utilizados para la exposición de anuncios publicitarios y con la implementación de tecnología PLASMA, LED, y/o cualquier otro dispositivo de innovación tecnológica.

Parágrafo. Las vallas electrónicas y/o digitales con estructura tubular tendrán una altura máxima de veinticuatro metros (24 m).

ARTÍCULO 29 - Mensaje Institucional. Toda valla de publicidad electrónica y/o digital deberá incluir un veinte por ciento (20%) del tiempo de cada anuncio para transmitir mensajes institucionales, conforme a la aprobación de la Dirección Administrativa de Control Urbano.

ARTICULO 30. - Requisitos técnicos. La publicidad de que trata el presente capítulo deberá cumplir con los siguientes requisitos técnicos:

- a. La proyección de la publicidad incluye imágenes, ilustraciones, tonos de color de fondo, logotipos, letras, símbolos o cualquier otro elemento gráfico, los cuales no podrán parpadear, titilar, girar o moverse en intervalos inferiores a diez (10) segundos.



- b. Los signos de mensajería electrónica tendrán una luminosidad máxima de 5000 NITS (candelas por metro cuadrado) durante el día, y 500 NITS (candelas por metro cuadrado) desde las dieciocho (18) horas hasta finalizada la noche. No está permitido mantener activada la publicidad fuera del horario estimado y su densidad será calculada desde la cara frontal del elemento publicitario.
- c. No está permitida la implementación de altavoces.
- d. Garantizar la implementación de un mecanismo que permita contrarrestar algún mal funcionamiento en la programación electrónica, permitiendo detener o congelar la publicidad exhibida.

Parágrafo. - Para la instalación de vallas y/o pantallas digitales se deberá contar con el registro, previo cumplimiento de los requisitos técnicos y documentales previstos en el presente Acuerdo y deberá contar con la respectiva liquidación del impuesto que establezca la normativa tributaria Distrital que se encuentre vigente y/o las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

ARTÍCULO 31. - Iluminación. En materia de luminosidad se prohíbe la implementación de pantallas de publicidad electrónica y/o digitales, cuando la proyección del haz o rayos de luz sean emitidos con un nivel de intensidad o brillo que ponga en riesgo la visión del conductor de cualquier vehículo automotor o a las personas que transiten por la zona vial. El alcalde reglamentará la materia.

CAPITULO VI DE LA PUBLICIDAD A TRAVES DE PASACALLES O PASAVIAS

ARTÍCULO 32. – Se prohíbe la instalación de publicidad exterior visual a través de pasacalles o pasavías comerciales en el Distrito de Cartagena. La Alcaldía de Cartagena podrá registrar este tipo de publicidad cuando sean de carácter institucional. El alcalde reglamentará la materia.

CAPITULO VII DE LA PUBLICIDAD EN CERRAMIENTOS

ARTÍCULO 33.- Para efecto del presente Acuerdo, los cerramientos temporales son aquellos autorizados por las curadurías urbanas durante la ejecución de una obra, solo estará permitida la publicidad exterior visual a través de ellos mientras se encuentre vigente la licencia urbanística a través de la cual fue aprobado dicho cerramiento.

Los cerramientos permanentes, son aquellos que delimitan el perímetro de un predio, solo se permitirá la publicidad a través de estos cuando se trate de cerramientos de predios urbanizables no urbanizados al cual se le haya asignado el tratamiento urbanístico de desarrollo de acuerdo con lo establecido en el Plan de Ordenamiento Territorial vigente.

La Alcaldía de Cartagena podrá exhibir publicidad exterior visual en cerramientos temporales o permanentes.

ARTÍCULO 34.- La publicidad exterior visual en cerramientos temporales de propiedad privada deberá cumplir con las siguientes condiciones:

La publicidad exterior visual en cerramientos temporales deberá cumplir con las siguientes condiciones:



- a. Las estructuras deberán ser fijas, fabricadas mediante bastidores tubulares, los cuales deben ser de material galvanizado o de algún otro material de superior calidad garantizando la seguridad de los residentes y transeúntes. Dicha estructura deberá contar con una altura máxima determinada en consonancia a lo establecido en el Plan de Ordenamiento Territorial para los cerramientos permanentes.
- b. Las estructuras en caso de contar con un sistema de iluminación, deberá estar colocado a una altura mínima de dos puntos cincuenta metros (2.50m) sobre el nivel del andén con la posibilidad de proyectarse hasta 90 centímetros sobre la parte superior de los paneles.
- c. Las estructuras deberán mantenerse en excelente estado de aseo y libres de residuos, a fin de garantizar la seguridad y movilidad del transeúnte.
- d. La publicidad debe estar dentro de los límites de la propiedad privada o en todo caso adosada al elemento que la conforme.
- e. La publicidad exterior visual colocada en la estructura deberá dividirse en paneles y esta no deberá ser continua, por lo que se entenderá que cada panel exhibe una publicidad independiente. Cada panel no podrá exceder un área de quince metros cuadrados (15.00 m²) y la publicidad que se exhiba en este deberá ocupar hasta el ochenta por ciento 80% de su área.

Parágrafo Primero. En el caso de los cerramientos permanentes la estructura a través de la cual se exhiba la publicidad exterior visual también podrá ser en muros en mampostería y similares.

Parágrafo Segundo. Por cada cinco (5) espacios (paneles) instalados con publicidad exterior visual se cederá gratuitamente uno (1) para uso de mensajes alusivos a campañas Distritales o institucionales.

ARTÍCULO 35. - Además de las prohibiciones especiales contenidas en la Ley 140 de 1994, se prohíbe la publicidad exterior visual en cerramientos teniendo en cuenta los siguientes:

- a) Si el predio donde se instala el cerramiento temporal está ubicado en el Centro Histórico, a menos que la publicidad exhibida corresponda al mismo proyecto que se adelanta en el predio.
- b) Si existe una valla con publicidad exterior visual dentro del predio donde se pretende instalar.

CAPITULO VIII DE LOS MURALES COMERCIALES

ARTÍCULO 36.- Murales Comerciales. Para los efectos del presente acuerdo se entiende por murales comerciales, los que con carácter decorativo también persiguen un fin comercial y se pintan directamente sobre los muros de las culatas o fachadas de las edificaciones. Podrán incluir la referencia a una marca, en un área no mayor al diez por ciento (10%) sobre el mural, y en todo caso no mayor de dos metros cuadrados (2m²).

Parágrafo primero. - Para el registro de murales comerciales sobre los muros de las culatas o fachadas en bienes de interés cultural, será necesaria previa autorización del mural correspondiente emitida por la autoridad cultural distrital.

Parágrafo segundo. Solo se permitirán murales comerciales en uno de los muros de las culatas o fachada que hacen parte de la edificación correspondiente, sin importar si el



inmueble es esquinero.

TITULO III REGISTRO, MECANISMOS DE CONTROL, SANCIONES Y OTRAS DISPOSICIONES

ARTÍCULO 37.- Responsables y sanciones. Son responsables del cumplimiento de lo establecido en el presente acuerdo y su reglamento, la persona natural o jurídica que elabora, el anunciante y/o el propietario del establecimiento o predio en el que se exhiba dicha publicidad.

El incumplimiento a lo dispuesto en el presente acuerdo dará lugar a la imposición de las medidas correctivas de que trata la ley 1801 de 2016 o la norma que la modifique, sustituya o derogue, el reglamento y los acuerdos distritales, en especial el Acuerdo No. 024. de 2004, modificado por el Acuerdo No.05 de 2006. Para los efectos del presente acuerdo, la autoridad de control urbano se entiende como autoridad administrativa especial de policía, en los términos del artículo 198 de la ley 1801 de 2016.

El incumplimiento a lo dispuesto en el presente acuerdo se le impondrán las sanciones establecidas en la normatividad vigente, en especial las sanciones de que trata el Estatuto Tributario del Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias.

ARTÍCULO 38.- Registro. El responsable de la publicidad de que trata el presente acuerdo, deberá registrarla con anterioridad a su colocación, ante la autoridad distrital que defina el reglamento. El alcalde reglamentará la materia y Dirección Administrativa de Control Urbano supervisará el cumplimiento de los requisitos y condiciones pertinentes.

El registro de que trata el presente artículo será público y el responsable deberá aportar los requisitos que defina el reglamento.

Parágrafo Primero. Cualquier cambio de la información de los literales a) b) y c) deberá ser avisado dentro de los tres (3) días siguientes a la entidad responsable de llevar el registro, quien es responsable de su actualización.

Parágrafo Segundo. En el caso de negarse el registro de Publicidad Exterior Visual, por no cumplir con los requisitos para su otorgamiento, no se podrá exhibir ningún tipo de publicidad visual exterior de que trata el presente acuerdo.

Para el trámite de registro de la publicidad exterior visual solo se tendrá en cuenta los requisitos que defina el reglamento. En todo caso, ninguna autoridad podrá exigir aprobaciones o vistos buenos adicionales a los establecidos en el presente Acuerdo o su reglamento para el registro de la publicidad.

ARTÍCULO 39.- Cuando se hubiese colocado publicidad exterior visual, en sitio prohibido o en condiciones no autorizadas, cualquier persona podrá solicitar su remoción a los comandantes de estación, subestación, centros de atención inmediata de la Policía Nacional, conforme a lo señalado en el artículo 209 de la Ley 1801 de 2016 e igualmente poner en conocimiento la presunta infracción a la Inspección de Policía competente.

De igual manera, la Alcaldía de Cartagena, podrá remover dentro de las cuarenta y ocho (48)



horas siguientes a su instalación, la publicidad exterior visual no registrada en debida forma, a costa del infractor. Una vez superado el termino anterior podrá conminar a la autoridad competente para que se adopten las medidas a que haya lugar.

ARTÍCULO 40.- El impuesto de Publicidad Exterior Visual, regulado en el Acuerdo 107 de 2022, será liquidado por la Alcaldía de Cartagena, en los términos definidos por el reglamento del presente acuerdo. El responsable del impuesto deberá consignar el pago de este dentro de los cinco (5) días siguientes a la liquidación en la correspondiente cuenta que para el efecto determine la Secretaría de Hacienda Distrital.

Parágrafo. En caso de no realizarse el pago de la liquidación del impuesto de publicidad exterior visual, dentro del término antes señalado se impondrá la sanción por extemporaneidad en la inscripción en el registro dispuesta en el Acuerdo 107 de 2022 e igualmente por no declarar, conforme a lo regulado en la normativa tributaria Distrital que se encuentre vigente.

TITULO X

DISPOSICIONES FINALES

ARTÍCULO 41.- Contenido de los mensajes. No estarán permitidas prácticas atentatorias contra la ley, la moral y las buenas costumbres o que induzcan a confusión con la señalización vial e informativa.

ARTÍCULO 42.- Régimen de transición. La publicidad exterior visual que a fecha de expedición del presente Acuerdo no se encuentre debidamente registrada ante la Dirección Administrativa de Control Urbano, deberá presentar la solicitud de registro correspondiente dentro de un plazo no mayor a tres (3) meses. Las solicitudes del registro se evaluarán teniendo en cuenta lo estipulado en este Acuerdo, vencido este plazo la publicidad exterior visual que no esté registrada se le aplicará las sanciones pertinentes.

ARTÍCULO 43.- Vigencia y derogatorias. El presente Acuerdo rige a partir de su sanción y publicación, y deroga el Acuerdo 041 de 2007 y demás disposiciones que le sean contrarias.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Cartagena de Indias, D. T. y C. a los

RAFAEL ENRIQUE MEZA PEREZ
PRESIDENTE

JORGE MARIO BRAVO ECHEVERRI
SECRETARIO GENERAL