

ALCALDIA DE PEREIRA



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

DECRETO 1465 de 30 Dic 2010 2010

Por medio del cual se establece el reglamento de publicidad exterior visual en el municipio de Pereira.

EL ALCALDE MUNICIPAL DE PEREIRA, en ejercicio de sus atribuciones constitucionales, legales y reglamentarias, y en especial las previstas en el artículo 315.3 de la Constitución Política, la ley 136 de 1994, y el artículo 6 del acuerdo municipal 078 de 2008, y

CONSIDERANDO

Que el artículo 79 de la Constitución Política consagra que todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. Dispone además que la ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo y que es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.

Que de conformidad con la sentencia C-535 de 1996, de la Corte Constitucional, el "núcleo esencial de la autonomía de las entidades territoriales esta constituido en primer término por aquellos elementos indispensables a la propia configuración del concepto, y especialmente por los poderes de acción de que gozan las entidades territoriales para poder satisfacer sus propios intereses. En segundo lugar, encontramos, la inviolabilidad por parte del legislador, de la facultad de las entidades territoriales de gobernarse por autoridades propias. Debe protegerse el derecho de cada entidad territorial a auto dirigirse en sus particularidades a través del respeto de la facultad de dirección política que ostenta."

Que la Constitución Política atribuye a los concejos municipales, como competencia propia, la facultad de dictar las normas para la protección del patrimonio ecológico municipal (CP art. 313 ord. 9º).

Que según el artículo 65 de la Ley 99 de 1993, es función del Municipio dictar con sujeción a las disposiciones legales reglamentarias superiores, las normas necesarias para el control, la preservación y la defensa del patrimonio ecológico del Municipio, además de ejercer las funciones de control y vigilancia del medio ambiente y los recursos naturales renovables.

Que la ley 140 de 1994, por medio de la cual "se reglamenta la publicidad exterior visual en el territorio nacional", en el artículo 3, otorgó a los concejos municipales y distritales, en consonancia con el mandato superior, la facultad de determinar los sitios en lo que no es posible localizar elementos de publicidad exterior visual, en el marco del principio de rigor subsidiario.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

Que la publicidad exterior visual hace parte de la noción de patrimonio ecológico local, por lo cual se esta frente a una competencia propia de los concejos municipales y distritales, así como de los órganos de gobierno de los territorios indígenas, la cual les es asignada en función del interés territorial subyacente, pues los problemas de modificación del paisaje que le están asociados abarca primariamente un ámbito local, por lo cual su regulación corresponde también en principio, a las autoridades municipales y de los territorios indígenas.

Que mediante el acuerdo municipal 078 de 2008, en su artículo 6, y en ejercicio de sus competencias constitucionales y legales, el Concejo municipal concedió al alcalde de Pereira la facultad para expedir el reglamento de publicidad exterior visual, mediante decreto con fuerza de acuerdo.

DECRETA

TITULO I. DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1. OBJETO. El presente reglamento busca proteger la integridad del espacio público y la protección del paisaje como patrimonio común, con el fin de mejorar los niveles de calidad de vida de los habitantes, evitando la contaminación visual, mediante la prevención y sanción oportuna de la sobreexplotación y el uso inadecuado de la publicidad exterior visual, a través de una reglamentación efectiva que dote a la Administración de mecanismos y recursos que optimicen y faciliten su actuación.

ARTICULO 2. ALCANCES. El presente decreto establece las condiciones en las que puede realizarse la publicidad exterior visual en el Municipio de Pereira.

ARTICULO 3. CONCEPTOS GENERALES

1. Publicidad exterior visual. De acuerdo con lo establecido por la ley 140 de 1994, se entiende como 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. No se consideran publicidad visual exterior los siguientes elementos:

- 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 instalen 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.

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

- Las expresiones artísticas como pinturas o murales, siempre que no contengan mensajes comerciales o de otra naturaleza.
- Los elementos considerados como de amoblamiento urbano establecidos en el decreto 1504 de 1998.

2. **Contaminación visual.** Afectación o desequilibrio en el paisaje urbano causado por el incumplimiento de las disposiciones para la publicidad exterior visual establecidas en este decreto y las demás normas municipales y nacionales.

ARTICULO 4. PARAMETROS GENERALES. Los elementos de publicidad exterior visual deberán cumplir con los siguientes parámetros generales, así:

1. Ser planeados, proporcionados, diseñados y ubicados en la forma y en los sitios dispuestos y que no representen daño alguno a la población, ni atenten contra los elementos esenciales de la composición, como son el equilibrio, la claridad, el orden y la estética.
2. Ofrecer una imagen urbana ordenada, clara, limpia y libre de elementos que deterioren visualmente el paisaje.
3. Estar fabricados con materiales de calidad, coherentes con los sitios de ubicación y su tiempo de permanencia. Además, los elementos que lo requieran deberán garantizar que se fabriquen con los cálculos estructurales y las normas de seguridad vigentes, para que cubran cualquier riesgo que puedan representar.
4. Ser consecuentes con los usos del suelo, características edilicias, condiciones espaciales, dimensiones y jerarquías de las vías de los sectores donde sean ubicados, estos a su vez deberán ser acordes con lo especificado en el plan de ordenamiento territorial.
5. No contener mensajes escritos, dibujos, símbolos o similares que constituyan actos de competencia desleal o que atenten contra las leyes de la moral, las buenas costumbres y que a través de cualquier elemento de exhibición o soporte que por su forma, color, dibujo, inscripciones o mensajes conduzcan a confusión con la señalización vial e informativa, o impidan su visibilidad, o produzcan deslumbramientos a los conductores de vehículos.
6. No utilizar palabras, imágenes o similares que atenten contra el respeto a las figuras o símbolos consagrados en la historia nacional. Igualmente se prohíben las que atenten contra las creencias o principios religiosos, culturales o afectivos de las comunidades que defienden los derechos humanos y la dignidad de los pueblos.
7. Toda publicidad deberá contener el nombre y teléfono del propietario de la Publicidad Exterior Visual.
8. Deberá dársele por parte del responsable el adecuado mantenimiento, tanto al elemento como a la estructura que la soporta, de tal forma que no presente condiciones de suciedad, inseguridad o deterioro.

Handwritten signature and initials in the bottom right corner of the page.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

9. 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 podrá obstaculizar la instalación, mantenimiento y operación de los servicios públicos domiciliarios. El propietario deberá observar y cumplir los requisitos establecidos por las leyes 142 y 143 de 1994, en lo que fuere pertinente. La Publicidad Exterior Visual no podrá obstaculizar la instalación, mantenimiento y operación de los servicios públicos domiciliarios.

ARTICULO 5. PROHIBICIONES GENERALES. Los elementos de publicidad exterior visual no podrán ubicarse en los siguientes sitios, de acuerdo con lo establecido en la ley 140 de 1994 y otras disposiciones:

1. 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 elementos de amoblamiento urbano de acuerdo con lo establecido por el acuerdo municipal 43 de 2005, en concordancia con lo previsto al respecto en el acuerdo municipal 078 de 2008.
2. Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales, de acuerdo con lo establecido en la ley 140 de 1994, y demás normas que lo modifiquen adicionen o sustituyan.
3. En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor.
4. Sobre la infraestructura, tales como postes de apoyo a las redes eléctricas y telefónicas, luminarias de parques, elementos del sistema hídrico u orográfico y similares, puentes peatonales y vehiculares, torres eléctricas y cualquier otra estructura de propiedad del Estado.
5. En las zonas históricas, edificios o sedes de entidades públicas, salvo que se trate de avisos que indican el nombre de las entidades y lugares históricos y de la publicidad exterior visual que de manera temporal anuncie obras de remoción o eventos artísticos.
6. En los sectores residenciales con iluminación, salvo que se trate de vallas, las cuales pueden tener iluminación excepto la intermitente, y los avisos de identificación adosados a la pared de establecimientos comerciales de los predios ubicados con frente sobre vías vehiculares.
7. En los lugares en que su colocación obstaculice el tránsito peatonal o vehicular, en donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial, informativa y de nomenclatura urbana, aun cuando sean removibles.
8. Sobre las intersecciones de los ejes estructurantes, glorietas y retornos no se permitirá publicidad exterior visual en movimiento generado por mecanismos electromagnéticos en ningún tipo de estructura, a la vez que no se permitirá publicidad comercial que utilice a



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

persona o personas en movimiento, con la única finalidad de ser soporte material del elemento publicitario. A excepción de las pantallas electrónicas las cuales se encuentran establecidas como parte del amoblamiento urbano por el acuerdo 078 de 2008 y demás normas que lo modifiquen adicionen o sustituyan.

9. Sobre elementos naturales como rocas, árboles y similares, tallados o ilustrados en los mismos y en el suelo, en las zonas de protección ambiental, y vías paisajísticas excepto los elementos de publicidad exterior visual de tipo institucional que informen sobre el cuidado de éstas, las cuales en todo caso deberán ser armónicas con el objeto de esta norma. Tampoco se podrá colocar publicidad exterior visual constituida de materiales combustibles en las mismas.
10. En los establecimientos comerciales que no cuenten con el Registro de Industria y Comercio, o no estén al día con el pago de impuestos de Industria y Comercio y Predial unificado; multas o sanciones inherentes a la Publicidad Exterior Visual del inmueble donde se vaya a colocar dicha publicidad.
11. Donde lo prohíbe el Concejo Municipal de Pereira, conforme a los numerales 7 y 9 del artículo 313 de la Constitución Nacional.

ARTICULO 6. COMPOSICION DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. El elemento de publicidad exterior visual esta compuesto por dos partes:

1. El contenido, ya sea imagen, mensaje escrito o símbolo sin importar su área o superficie.
2. El elemento físico que sirve como estructura o soporte del anterior.

ARTICULO 7. SUJETOS DE LA ACTIVIDAD. Los sujetos de la publicidad exterior visual son:

Anunciante: Persona natural o jurídica que realiza la difusión pública de un producto o servicio con fines comerciales.

Ejecutor: Persona natural o jurídica que es propietaria o tenedora de los elementos de soporte utilizados en la actividad publicitaria, que los fabrica y/o instala.

Propietario: Persona natural o jurídica que es propietaria o tenedora del predio donde es instalado el elemento de soporte de la publicidad.

Controlador: Persona jurídica que vigila y controla todo los temas concernientes a la publicidad exterior visual en el Municipio.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

TITULO II.
CONCEPTO, CLASIFICACION Y ASPECTOS PARTICULARES DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTICULO 8. CLASIFICACION DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Los elementos de publicidad exterior visual se clasifican en:

- 1. **MEDIOS IMPRESOS.** Es aquella publicidad impresa o elaborada sobre cualquier tipo de material, ya sea metal, madera, lona, tela, papel, plástico, etc. y puede adoptar las siguientes modalidades: avisos, vallas, afiches o carteles.
- 2. **MEDIOS DIGITALES Y ELECTRONICOS.** Son todos los elementos que utilizan para su funcionamiento sistemas electrónicos o digitales y pueden adoptar las siguientes modalidades: proyecciones o animaciones.
- 3. **OTROS MEDIOS.** Es aquella publicidad que es exhibida de manera diferente a los medios impresos, digitales y electrónicos, y puede adoptar las siguientes modalidades: pasacalles, pendones, bombones, modelos gigantes, festones, globos, dirigibles, cometas y dumies, maniqués y exhibidores.
- 4. **ELEMENTOS NUEVOS.** Son todos aquellos elementos de publicidad, que son susceptibles de ser incluidos en el futuro dentro del presente reglamento.

ARTICULO 9. VARIABLES DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Las formas de publicidad exterior, a su vez, pueden presentar las siguientes variables, así:

1. POR SU INSTALACIÓN

Fijo: Es el elemento exhibido sin movimiento, que requiere de herramientas o incluso maquinaria para su instalación, traslado o desmonte.

Móvil: Es el elemento que puede trasladarse por medio de locomoción, que no requiere de herramientas o maquinaria para su instalación, traslado o desmonte.

Aéreo: Es el elemento exhibido sobre el espacio aéreo, lleno con material combustible, ya sea anclado o libre de su base.

2. POR SU TIPO DE APOYO

En un solo apoyo: Es el elemento soportado en un solo sitio del elemento por una sola base y apoyo, la misma puede ser tubular o rectangular siempre que el mismo conforme una sola estructura.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

En varios apoyos: Es el elemento soportado en varios sitios del elemento, por varias bases y apoyos, las mismas pueden ser tubulares o rectangulares, siempre que conformen varias estructuras de soporte.

3. POR SU UBICACIÓN EN EL ESPACIO

Fachada: Es la superficie vertical exterior y principal de una edificación, constituida por puertas y ventanas; elementos para la ventilación e iluminación de la edificación.

Dintel: Es el elemento estructural superior dispuesto de manera horizontal sobre dos apoyos; que permitirá abrir espacios o huecos en los muros para conformar puertas o ventanas.

Vitrina: Es la superficie exterior en vidrio de una edificación que permitirá exhibir objetos o artículos ubicados al interior de la misma.

Puerta: Es la apertura del muro de una edificación, cuya función es permitir el paso hacia un espacio interior o exterior.

Ventana: Es la apertura elevada sobre el suelo en el muro de una edificación, cuya función es proporcionar iluminación y ventilación al espacio interior de la misma.

Antepecho: Es el muro inferior de un vano o ventana, que sirve de apoyo y protección para mirar al exterior.

Terraza o azotea: Es la cubierta plana utilizable de un edificio o un sector al aire libre del último piso de una edificación rodeada por un antepecho que forma parte del área funcional de la misma, usada como lugar para asomarse, tender la ropa o instalar antenas, etc.

Cubierta: Es el elemento inclinado respecto al suelo que cubre a la edificación y a la estructura que la soporta, en su parte superior.

Culata o muro medianero: Es el muro cerrado que no posee ningún tipo de vano o apertura, que conforma la parte lateral o posterior de una edificación y que da hacia una vía peatonal o vehicular.

Área útil: Es el área restante de la fachada de una edificación, al suprimir el área disponible para ventanas, puertas, balcones, barandas, escaleras y vitrinas.

Espacio público: Es el elemento articulador y estructurante fundamental del espacio en la ciudad, así como el regulador de las condiciones ambientales de la misma, y por lo tanto se constituye en uno de los principales elementos estructurales de los Planes de Ordenamiento Territorial.

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

4. POR SUS CARACTERÍSTICAS DE DISEÑO

Iluminado: Es el elemento que recibe luz por medio artificial, ya sea de manera interna o externa.

En conjunto: Es el elemento conformado por letras, logo o dibujos, dispuestos sobre un mismo marco y en el mismo sentido.

En mosaico: Es el elemento conformado por varios anuncios de diferentes establecimientos sobre un mismo marco y en el mismo sentido.

Unilateral: Es el elemento que exhibe publicidad en una sola cara o superficie.

Bilateral: Es el elemento que exhibe publicidad en dos caras o superficies.

Tridimensional o volumétrico: Es el elemento que exhibe publicidad en más de dos caras o superficies.

En relieve: Es el elemento que resalta o sobresale respecto a una superficie o entorno plano.

Dinámicas: Es el elemento que produce movimiento propio por articulación de sus partes, ya sea por mecanismo electrónico, mecánico o manual.

5. POR SU TIEMPO DE INSTALACIÓN

Permanente: Es el elemento que tiene un tiempo de permanencia hasta de un año.

Transitorio: Es el elemento que tiene un tiempo de permanencia menor o igual a un mes.

6. POR SU CONTENIDO

Comercial: Es la publicidad que promociona un producto, servicio o establecimiento.

De identificación: Es la publicidad que identifica un bien; éste puede ser vivienda multifamiliar o cualquier otro uso, y que se constituye como la razón social del mismo.

Político: Es la publicidad que identifica o promociona a un candidato, grupo, movimiento o partido político.

Institucional: Es la publicidad que tiene por objeto anunciar las actividades de los organismos del estado. Son de carácter temporal y contienen información institucional, preventiva, reglamentaria o direccional sobre servicios públicos, sistemas de seguridad o transporte.

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

construcción y reparación de obras y vías programadas de recreación, turismo, medio ambiente, cultural, artística, salud e higiene o comportamientos cívicos.

7. POR SU USO DEL SUELO:

Uso residencial: Es la destinación por norma para el establecimiento y la habitación permanente de la población en un edificio. Por su tipología puede ser unifamiliar, bifamiliar, trifamiliar y multifamiliar, en el modo de casa o apartamento, para una, dos, tres o múltiples familias respectivamente. Los parqueaderos hacen parte del uso residencial y serán contados como parte de la fachada si se encuentran ubicados después del 2 piso.

Uso comercial: Es la destinación de suelo por norma para desarrollar las actividades en las cuales se realiza un intercambio de productos sin la fabricación de ellos, o se genera una compra o una venta de los mismos.

Uso de servicios: Es la destinación por norma, del suelo para el desarrollo de actividades relacionadas con la atención al cliente y la compra y venta de servicios profesionales y técnicos a personas y empresas.

Uso de equipamientos: Es la destinación por norma para el diseño de las áreas y edificios orientados al desarrollo de actividades sociales y culturales colectivas de la comunidad, relacionadas con la recreación, el deporte, la educación, la salud, esparcimiento, seguridad, administración, culto y demás relacionadas con aspectos institucionales.

Los equipamientos se pueden agrupar básicamente en 3 formas:

De acuerdo al servicio que presten: educativos, de salud, recreativos, administrativos, etc.

De acuerdo con el nivel de cobertura: nivel de vecindario, barrio, comunal, sectorial, municipal o nacional.

En relación con la naturaleza de la oferta: en públicos, privados y de carácter mixto.

Uso industrial: Es la destinación por norma, del suelo para el desarrollo de actividades relacionadas con la explotación, elaboración, transformación, ensamblaje y tratamiento de materias primas, de forma manual, química o mecánica hacia la producción de bienes de consumo.

Está comprendido por los siguientes subgrupos: Industria artesanal, industria liviana, industria mediana e industria pesada.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

8. POR SU UBICACIÓN EN ALTURA:

Primer piso: Es la edificación comprendida entre el terreno (nivel cero) y una altura promedio de 2,50 metros.

Segundo piso: Es la edificación comprendida entre una altura promedio de 2,50 metros (por encima del primer piso) y 5,00 metros.

Tercer piso: Es la edificación comprendida entre una altura promedio de 5,00 metros (por encima del segundo piso) y 7,50 metros.

Cuarto piso en adelante: Es la edificación comprendida por encima de una altura promedio de 7,50 metros en adelante.

Doble altura: Es la edificación con una altura promedio total de 5,00 metros, con acceso interno y directo por escalera del primer piso al segundo, ya que poseen un mezanine o piso intermedio entre los pisos principales.

TITULO III

CARACTERISTICAS, CLASIFICACION, CONDICIONES Y PROHIBICIONES DE LAS FORMAS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTICULO 10. AVISOS. Se entiende por aviso el elemento que se utiliza como identificación, anuncio o propaganda, con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos, que se instala adosado y paralelo a las fachadas de las edificaciones, sin sobresalir de éstas en más de treinta centímetros. Los avisos pueden ser:

1. Aviso de identificación: Cuando un aviso identifica un bien inmueble, -este puede ser vivienda multifamiliar o cualquier otro uso- de acuerdo a la razón social del mismo, se denomina aviso de identificación. El mismo puede tener contenido comercial o informativo, sin embargo este será en un porcentaje menor al del contenido de identificación.

2. Aviso comercial: Cuando un aviso promociona o vende un producto, marca o servicio se denomina aviso comercial. Este por si solo no puede estar ubicado sobre la fachada.

En todo caso deberán ubicarse en un mismo elemento el aviso de identificación del establecimiento de comercio y la demás información comercial sobre el mismo, en las dimensiones previstas en el presente reglamento.

ARTICULO 11. PARAMETROS PARA SU INSTALACION. Además de las condiciones generales previstas en el presente decreto, los avisos deberán cumplir con los siguientes requerimientos de acuerdo con las siguientes tipologías.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

ARTICULO 12. Tipología de avisos en un (1) piso. Uso comercial y de servicios. Cantidad y dimensión: Solo se permitirá un aviso por establecimiento, este no podrá ocupar más del 30% del área total de la fachada del establecimiento donde sea instalado. Cuando éste posea más de dos fachadas, se podrá ubicar un aviso por cada una de ellas, siempre que la suma total del área de los avisos no supere el 30% del área total de éstas. Lo que quiere decir que un establecimiento con dos o más fachadas solo podrá ocupar el 15% máximo del área total de la misma.

Ubicación: Los avisos serán ubicados sobre el área útil de la fachada, cuyos límites se determinan así:

1. El aviso en su parte inferior será ubicado horizontalmente por encima de la portada, vitrina, y/o ventana del establecimiento.
2. El aviso en su parte superior será ubicado horizontalmente por debajo de la placa del segundo piso o cubierta.
3. El aviso en su parte lateral, se ubicará sin sobrepasar los muros que separan el establecimiento respectivo del predio vecino.

Cuando no exista área útil en el sitio anteriormente descrito, el aviso podrá ser ubicado en el espacio inmediato a la placa y/o cubierta, con una altura máxima de 80 centímetros, y de igual forma tendrá que cumplir con las disposiciones establecidas en los numerales 1 y 3. Cuando el establecimiento posea un toldo, el aviso no podrá estar ubicado sobre el mismo.

Los avisos no podrán ser ubicados sobre el segundo piso o pisos siguientes. Cuando de acuerdo con las características del edificio, sea necesaria su ubicación sobre el antepecho del segundo piso o parte de éste, se deberá obtener el permiso del propietario del mismo, previo concepto de la Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual.

Si es necesaria su ubicación sobre el antepecho del segundo piso y existen establecimientos que se anuncien en dicha área, se deberá compartir el antepecho con los avisos de los demás establecimientos, exhibidos en un mismo marco (tipo conjunto) o en marcos separados, siempre y cuando conserven el mismo tamaño y proporción, generando una sola afectación, previo acuerdo entre los propietarios de los diferentes establecimientos y del inmueble.

ARTICULO 13. Tipología de avisos en dos (2) pisos y doble altura. Uso comercial y de servicios. Cantidad y dimensión: En este caso, se cumplirán los criterios señalados en el artículo 12, numeral 1, del presente decreto.

Ubicación: Para los establecimientos que funcionan en doble altura o en dos pisos, los avisos serán ubicados en el área útil de la fachada del respectivo establecimiento.

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

Para los establecimientos que funcionan exclusivamente en el segundo piso, el aviso será ubicado en el antepecho del respectivo establecimiento. Cuando las características del edificio no permitan su ubicación en dicho sitio deberá solicitarse y obtenerse previamente el concepto técnico de la Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual.

Cuando el aviso de un establecimiento en primer piso se encuentre ubicado sobre el antepecho del segundo piso, se podrá ubicar el aviso del otro establecimiento sobre la portada y/o vitrina del respectivo establecimiento, sin sobrepasar la placa del segundo piso o cubierta y la fachada de la edificación en su parte lateral, siempre que las características del edificio lo permitan; en caso contrario ambos avisos deberán compartir el antepecho del segundo piso, estos pueden ser exhibidos en un mismo marco (tipo conjunto) o en marcos separados siempre y cuando conserven el mismo tamaño y proporción, generando una sola afectación.

ARTICULO 14. Tipología varios establecimientos con frente a la fachada en la misma edificación. Uso comercial y de servicios. Cantidad y dimensión: En este caso, se deberán cumplir los criterios señalados en el artículo 12, numeral 1.

Ubicación: Para establecimientos con fachada abierta el aviso se ubicará sobre la portada y/o vitrina del mismo, sin sobrepasar la placa del piso respectivo o cubierta y la fachada del establecimiento en su parte lateral. En todo caso, todos los locales dispuestos en el mismo piso tendrán que cumplir con la misma ubicación y disposición sobre la fachada respectiva.

Cuando la fachada sea cerrada, los establecimientos del primer piso ubicarán sus avisos de igual manera que para fachadas abiertas, y para establecimientos en segundos pisos, el aviso se deberá ubicar sobre el antepecho del respectivo establecimiento, sin sobrepasar la placa del piso respectivo o cubierta y la fachada del establecimiento en su parte lateral. Sin embargo todos los locales dispuestos en el mismo piso tendrán que cumplir con la misma ubicación y disposición sobre la fachada respectiva.

Si la edificación donde se encuentran agrupados los establecimientos o locales posee un aviso de identificación propio, el mismo podrá ser ubicado sobre la portada general de la edificación, sin sobreponerse o afectar de alguna manera el área destinada a la ubicación del aviso de identificación de los locales adyacentes.

Cuando al interior de la edificación funcionen locales que no cuenten con frente hacia la fachada, se permitirá la ubicación de un aviso de identificación por establecimiento en un área no superior al cinco por ciento (5%) del área total de la fachada. Dicho aviso podrá estar ubicado sobre el área útil de la fachada de la edificación. Los avisos tendrán que estar exhibidos en un mismo marco, tendrán que tener igual tamaño y estar ubicados en la misma dirección (aviso tipo mosaico) generando una sola afectación. Dentro del aviso se deberá hacer referencia al piso y número de local en el que funcionan.

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

Todos los avisos de identificación de esta tipología, se ubicarán previo acuerdo entre los propietarios de los diferentes establecimientos que funcionan sobre la misma edificación.

PARÁGRAFO: Para esta tipología, no se permitirá ubicar avisos sobre el antepecho para establecimientos que superen el segundo piso, aunque tengan frente hacia la fachada. En este caso, tendrán que ubicarlo en el aviso tipo mosaico para locales internos.

ARTICULO 15. Tipología de avisos en tres (3) pisos. Uso comercial y de servicios. Cantidad y dimensión: En este caso, se cumplirán los criterios señalados en el artículo 12, numeral 1, del presente decreto.

Ubicación: Para los establecimientos que funcionan en tres pisos, los avisos serán ubicados en el área útil de la fachada.

Para los establecimientos que funcionan exclusivamente en el tercer piso, el aviso se ubicará de la siguiente manera:

1. Para edificaciones con un frente menor a 6.0 metros de longitud, el aviso se ubicará en el antepecho respectivo. Cuando las características del edificio no permitan su ubicación en dicho sitio deberá solicitarse y obtenerse el concepto técnico de la Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual, previo a su instalación. El aviso no podrá ubicarse sobre ningún área superior al antepecho de dicho piso.
2. Para edificaciones con un frente mayor o igual a 6.0 metros de longitud, el aviso compartirá el antepecho del segundo piso para anunciar, junto con los establecimientos del primer y segundo piso, si fuere el caso. Estos pueden ser exhibidos en un mismo marco (tipo conjunto) o en marcos separados, siempre y cuando conserven el mismo tamaño y proporción, generando una sola afectación.

Todos los avisos de identificación de esta tipología, se ubicarán teniendo en cuenta que previo acuerdo entre los propietarios de los diferentes establecimientos que funcionan sobre la misma edificación.

PARAGRAFO: Los avisos podrán ser ubicados sobre fachadas de edificaciones con uso residencial, solo cuando en ésta funcione un establecimiento comercial debidamente registrado.

ARTICULO 16. TIPOLOGÍA DE AVISOS EN MÁS DE TRES (3) PISOS. USO DE SERVICIOS.

Cantidad y dimensión: Solo se permitirá un aviso por fachada, la cual se asume a partir de la parte inferior de la placa del tercer piso, hasta la parte superior de la placa del último piso o cubierta. Este no podrá ocupar más del 30% del área útil de la fachada donde sea instalado.

Para los dos primeros pisos se deberá aplicar la tipología correspondiente.

1465



30 DIC 2010.

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

Ubicación: El aviso de identificación del edificio general será ubicado sobre el área útil de la fachada donde sea instalado el mismo.

Los establecimientos ubicados en el tercer piso y pisos superiores no podrán ubicar el aviso en la fachada, y se anunciarán al interior de la edificación de acuerdo con lo establecido por las normas internas.

ARTICULO 17. AVISOS EN USOS RESIDENCIAL. Para vivienda multifamiliar en altura, solo se permitirá un aviso de identificación por fachada. La fachada se asume a partir de la parte inferior de la placa del piso donde empieza el uso residencial, hasta la parte superior de la placa del último piso o cubierta. Este no podrá ocupar más del 30% del área útil de la fachada donde sea instalado. El aviso será ubicado sobre el área útil.

ARTICULO 18. TIPOLOGÍA DE AVISOS EN CONJUNTOS RESIDENCIALES. Para vivienda multifamiliar en conjuntos residenciales, solo se permitirá un aviso de identificación por conjunto, el cual puede estar adosado sobre la portada principal de acceso siempre que las características de la fachada lo permitan; en caso contrario, el aviso podrá ser ubicado separado de la fachada en diseño libre, siempre que cumpla con las siguientes características:

1. Su área deberá ser menor a ocho (8) metros cuadrados.
2. Deberá estar instalado al interior del conjunto residencial, dentro de su predio.
3. Deberá tener una altura mínima desde su base a su parte inferior, de dos metros y diez centímetros de altura (2,10). El aviso no podrá superar la altura de la edificación más cercana a donde este ubicado.
4. No podrá generar conflictos con el acceso y salida de peatones y vehículos al conjunto, o interferir con la circulación de los mismos sobre los andenes y vías que circundan el conjunto.
5. Solo podrá exhibir dos caras máximo, en diferente sentido. (bilateral)

Las agrupaciones residenciales que contengan vivienda y edificios de vivienda en una sola unidad, serán consideradas como conjuntos residenciales.

ARTICULO 19. TIPOLOGÍA EN PLATAFORMAS O SUPERFICIES COMERCIALES Y/O DE SERVICIOS. Son aquellos establecimientos de carácter individual o colectivo manejados por grandes corporaciones, conformados por varios locales comerciales independientes en su interior, y donde a su vez predomina una tipología de comercio ya sea supermercado, hipermercado, grandes almacenes o superficies especializadas la cual establece su marca, identificación o razón social sobre la(s) fachada(s).

Para la plataforma o superficie comercial y/o servicios, se permitirá ubicar el número de avisos que cubran una superficie igual al 30% del área total de la fachada donde sea instalado. Cuando éste posea más de dos fachadas, aplicará la misma disposición por cada una de estas.

1465



30 DIC 2010.

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

Los locales con acceso directo desde la parte exterior, podrán tener un aviso de identificación por fachada, sin que ocupe más del 30% del área total de la fachada del respectivo establecimiento. Será ubicado sobre la portada y/o vitrina del mismo, sin sobrepasar la placa de entresuelo superior o cubierta y la fachada de éste en su parte lateral. Sin embargo, todos los locales dispuestos en el mismo piso tendrán que cumplir con la misma ubicación y disposición sobre la fachada respectiva, y las condiciones establecidas por la administración del edificio.

Los accesos a parqueaderos podrán exhibir un aviso de identificación por fachada de la plataforma o superficie comercial y/o de servicios. Este no podrá ocupar más del 30% del área total de los vanos de acceso a ó los parqueadero(s) por fachada.

Los locales que no cuenten con acceso directo desde la parte exterior, podrán exhibir un (1) aviso de identificación por fachada de la plataforma o superficie comercial y/o de servicios, previo acuerdo con la administración del mismo.

Se permitirá la ubicación de avisos tipo afiche adheridos a la totalidad de la vitrina, siempre y cuando la edificación posea cuatro (4) o más fachadas.

PARAGRAFO. El total de avisos expuestos para esta tipología, incluyendo los avisos tipo afiche adheridos a la vitrina, deberán cumplir con las condiciones establecidas en el segundo párrafo.

En el caso que la plataforma o superficie comercial y/o de servicios con área de parqueo exterior o áreas libres que conformen una unidad y tenga una superficie superior o igual a 3.000 metros cuadrados y un retiro mínimo contado desde el acceso principal del predio hasta la fachada principal del establecimiento mínima de 60 metros, podrá colocar dentro del perímetro del predio un aviso comercial separado de la fachada siempre que cumpla con las siguientes características y previo concepto técnico de la comisión asesora para la publicidad exterior visual:

1. Su área deberá ser igual o menor a veinte (20) metros cuadrados.
2. No podrán ubicarse en zonas de protección ambiental, zonas de cesión, andenes, antejardines, calzadas de vías, y en general en espacios públicos. Solo dentro del predio.
3. La altura mínima desde su base a su parte inferior, deberá ser de dos metros y diez (2,10) centímetros; su altura máxima permitida será de dieciocho (18) metros contados desde el nivel del piso hasta el punto más alto.
4. Este a su vez deberá anunciar en forma perpendicular al aviso ubicado sobre la fachada más cercana.
5. No podrá generar conflictos con el acceso y salida de peatones o vehículos al conjunto, o interferir con la circulación de los mismos sobre los andenes y vías que circundan el establecimiento.
6. Solo podrá exhibir dos caras máximo, en diferente sentido (bilateral).

fde



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

ARTICULO 20. TIPOLOGÍA EN CENTROS COMERCIALES. Se entiende por centro comercial el establecimiento conformado por un conjunto de locales comerciales sometidos al régimen de propiedad horizontal, con criterio de unidad.

Con respecto a la cantidad y ubicación de avisos, se establecen los mismos parámetros que previstos en el artículo 19, sobre tipología en plataformas o superficies comerciales y/o de servicios.

ARTICULO 21. TIPOLOGÍA EN PASAJES COMERCIALES. Por pasaje comercial se entiende el establecimiento con una función comercial, constituido por una serie de locales comerciales dispuestos en torno a un corredor central que atraviesa la manzana, comunicando dos calles; éste puede ser cubierto o descubierto.

Para el aviso de identificación de pasajes comerciales, solo se permitirá un aviso por establecimiento, que no podrá ocupar más del 30% del área total de la fachada del mismo. Cuando éste posea más de dos fachadas, se podrá ubicar un aviso por cada una de estas. El aviso de identificación del pasaje comercial será instalado sobre la portada principal, por debajo de la cubierta y sin sobrepasar la fachada en su parte lateral.

Los locales con acceso directo desde la parte exterior, podrán tener un aviso de identificación por fachada, que no ocupe más del 30% del área total de la fachada del respectivo local. Este será ubicado sobre la portada y/o vitrina del mismo, sin sobrepasar la placa de entrepiso superior o cubierta y la fachada del establecimiento en su parte lateral. Sin embargo todos los locales dispuestos en el mismo piso tendrán que cumplir con la misma ubicación y disposición sobre la fachada respectiva.

Los locales que no cuenten con acceso directo desde la parte exterior, no podrán exhibir un aviso de identificación sobre las fachadas del pasaje comercial.

ARTICULO 22. TIPOLOGÍA EN ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES Y EQUIPAMIENTOS. Para establecimientos que funcionan en una sola edificación, solo se permitirá un aviso por fachada.

Para establecimientos que funcionen en varias edificaciones, se permitirá un aviso sobre una de las fachadas con frente hacia las vías que circundan el predio. Solo se permitirá un aviso por costado del predio.

En ambos casos, no podrá ocupar más del 30% del área total de la fachada donde sea instalado. El mismo podrá ser ubicado sobre el área útil de la fachada por debajo de la cubierta.

Cuando el establecimiento industrial o equipamiento cuente con área de parqueo exterior o áreas libres que conformen una unidad y tenga una superficie superior o igual a 3.200 metros cuadrados y un retiro mínimo contado desde el acceso principal del predio hasta la fachada



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

principal del establecimiento mínima de 60 metros, podrá colocar dentro del perímetro del predio un aviso comercial separado de la fachada siempre que cumpla con las siguientes características y previo concepto técnico de la comisión asesora para la publicidad exterior visual:

1. Su área deberá ser igual o menor a veinte (20) metros cuadrados.
2. No se ubique en zonas de protección ambiental, zonas de cesión, andenes, antejardines, calzadas de vías, y en general en espacios públicos. Solo dentro del predio.
3. La altura mínima desde su base a su parte inferior, deberá ser de dos metros y diez (2,10) centímetros, su altura máxima permitida será de dieciocho (18) metros contados desde el nivel del piso hasta el punto más alto.
4. Este a su vez deberá anunciar en forma perpendicular al aviso ubicado sobre la fachada más cercana.
5. No podrá generar conflictos con el acceso y salida de peatones o vehículos al conjunto, o interferir con la circulación de los mismos sobre los andenes y vías que circundan el establecimiento.
6. Solo podrá exhibir dos caras máximo, en diferente sentido. (bilateral)

ARTICULO 23. TIPOLOGIA DE AVISOS EN ESTACIONES DE SERVICIO. Se permitirá un aviso de identificación por fachada, siempre que su dimensión no supere el treinta (30) % del área útil.

Las estaciones de servicio para el expendio de combustibles, podrán colocar dentro del perímetro del predio un aviso separado de la fachada siempre que cumpla con las siguientes características, y previo concepto técnico de la Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual:

1. Su área deberá ser igual o menor a dieciséis (16) metros cuadrados.
2. No se podrá ubicar en zonas de protección ambiental, zonas de cesión, andenes, antejardines, calzadas de vías, y donde este documento lo prohíba.
3. La altura máxima permitida será de ocho (8) metros contados desde el nivel del piso hasta el punto más alto.
4. No podrá generar conflictos con el acceso y salida de peatones o vehículos a la estación, o interferir con la circulación de los mismos sobre los andenes y vías que circundan el establecimiento.
5. Podrá exhibir más de dos caras, en diferente sentido.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

PARÁGRAFO 1. Cuando el aviso separado de la fachada entre en conflicto con otra forma de publicidad exterior visual previamente instalada, y no exista la posibilidad de su ubicación en otro sitio, deberá solicitarse y obtenerse el concepto técnico de la Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual.

PARÁGRAFO 2. Se permitirá el diseño libre de los avisos. Cuando el aviso supere la fachada de la edificación por alguno de sus costados en función de su diseño, el aviso no podrá superar la fachada en más del 50% del tamaño total del aviso por costado.

ARTICULO 24. TIPOLOGIA EN EDIFICACIONES PATRIMONIALES Y DE CONSERVACIÓN ARQUITECTÓNICA. Son bienes de patrimonio y conservación arquitectónica del Municipio de Pereira, aquellas edificaciones que poseen un valor histórico y cultural adquirido a través del tiempo. Los inmuebles que entran dentro de esta categorización están relacionados en el inventario del decreto municipal número 625 de octubre 17 de 2007.

Las edificaciones con uso comercial que sean retiradas del inventario establecido en el decreto 625 de octubre 17 de 2007 no se regirán por las siguientes normas sobre publicidad exterior visual en edificaciones patrimoniales.

Cantidad y dimensión. Se permitirá un aviso de identificación por establecimiento, que deberá contener únicamente el nombre e imagen corporativa, si fuere el caso.

No se podrán usar otros elementos de publicidad exterior visual que contengan información publicitaria donde se ofrezcan servicios o productos.

En edificaciones patrimoniales donde se encuentren dos o más locales comerciales ubicados ya sea de manera continua sobre el mismo piso o uno sobre el otro, los propietarios podrán ubicar un aviso por local o la totalidad de los avisos en uno tipo mosaico, el cual tendrá la información referente al nombre e imagen corporativa de cada uno de los establecimientos.

Cuando el establecimiento comercial esté ubicado en esquina, se permitirá un solo aviso por todo el local, que podrá instalarse en cualquiera de las fachadas.

Las dimensiones para los avisos en esta tipología se establecen de acuerdo a la dimensión de la fachada, así:

1. Para fachadas hasta de dos (2) metros de frente su dimensión máxima será de un (1) metro y mínimo de ochenta (80) centímetros de longitud.
2. Para fachadas de dos (2) a seis (6) metros de frente, su dimensión mínima será de un metro con cincuenta (1.50) centímetros y máximo de dos (2) metros de longitud.

1465



30 DIC 2010,

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

- 3. Para fachadas de seis (6) metros en adelante la dimensión deberá ser hasta de tres (3) metros de longitud.

Cuando se encuentren ubicados dos o más locales comerciales sobre la misma edificación y utilicen un aviso tipo mosaico, deberá tener las mismas medidas descritas anteriormente, y se tomará como una sola fachada a pesar de poseer dos o más locales, tomando en cuenta que estos forman parte de una misma edificación.

Avisos en parasoles y marquesinas. Se permitirá en las edificaciones patrimoniales adecuar parasoles y marquesinas siempre que no alteren la tipología ni la composición arquitectónica de la fachada, pero el uso de estos elementos estará bajo la disposición de los siguientes lineamientos:

- 1. Su instalación se realizará conforme a la normatividad establecida en el acuerdo municipal 078 del 2008.
- 2. No podrá tener ningún nombre o anuncio publicitario ni del establecimiento ni de ningún otro patrocinador.
- 3. Para la aplicación cromática, se deberán usar colores neutros que se adecuen tanto a la fachada como al entorno.

Ubicación. Se podrá ubicar el aviso sobre el área útil de la fachada. Se deberá situar el nombre e imagen corporativa a una altura mínima de dos metros diez centímetros (2.10) desde el andén hasta la parte inferior del anuncio.

Si la edificación es de dos o más pisos, la altura del aviso no podrá obstruir parcial o completamente parte de otros pisos que no correspondan a la fachada del establecimiento.

Aplicación cromática. El nombre e imagen corporativa deberá ser en colores neutros. La paleta cromática que se permitirá aplicar son el cobre, bronce, dorado, plateado y negro.

Tipografía. El propietario del establecimiento podrá usar para el nombre del aviso la tipografía que considere pertinente, siempre que esta sea de fácil legibilidad por el transeúnte. Para el efecto se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- 1. El grosor de la letra, la forma, el ancho y la proporción, deberán ser armónicas entre sí en función de generar un espacio comercial amable, una buena legibilidad y respeto por el valor arquitectónico de la edificación.
- 2. Si la letra es delicada, o muy delgada, se resaltará el contraste con el fondo de la fachada dándole volumen.
- 3. Si se usan tipografías palo seco o neutro sin florituras ni ornamentos, deberá tener un grosor intermedio que elimine la sensación de peso.

foa



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

4. Se permitirá el uso del texto totalmente en mayúsculas, en minúsculas o la combinación de estos.
5. El tamaño de la letra se establecerá respecto a la relación de contraste del color con la fachada y el largo del aviso.

Si existe una buena relación de contraste de color con el fondo de la fachada, cada carácter tipográfico tendrá una altura en un rango de mínimo de diez (10) cm y un máximo de quince (15) cm.

Si no existe o es mediana la relación de contraste de color con el fondo de la fachada, cada carácter tipográfico tendrá una altura en un rango de mínimo de quince (15) cm y un máximo de veinte (20) cm.

El texto deberá ser en un solo renglón; si el nombre del establecimiento es muy largo será en un máximo de dos renglones.

El aviso podrá contar con una imagen corporativa o símbolo gráfico, pero este deberá tener un tamaño de buena lectura con relación al color del fondo, al largo de la fachada y al nombre del anuncio, así:

- Si existe una buena relación de contraste de color con el fondo de la fachada, la imagen corporativa será de un rango de mínimo de veinte (20) cm y un máximo de veinticinco (25) cm de altura.
- Si no existe o es mediana la relación de contraste de color con el fondo de la fachada, la imagen corporativa será de mínimo de treinta (30) cm y máximo de treinta y cinco (35) cm de altura.

Materiales y características. La selección del material para el aviso deberá caracterizarse por acabados, resistencia, durabilidad, mantenimiento y seguridad. El aviso podrá sobresalir de la fachada un máximo de diez (10) centímetros.

Los avisos podrán ser de dos clases:

- **Letras e imágenes corporativas individuales sin fondo:** Cada una de las letras que componen el nombre del local se instalarán de forma individual directamente sobre la fachada o de forma flotante sobre la misma. El interlineado entre cada letra quedará a disposición del propietario del establecimiento, cumpliendo con los lineamientos ya establecidos anteriormente. La distancia máxima entre el nombre y el logo o imagen corporativa será de diez (10) centímetros.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

• **Con soporte de fondo:** El tamaño del fondo será directamente proporcional a los caracteres tipográficos del establecimiento, se permitirá que el soporte sobresalga del nombre e imagen corporativa (si el establecimiento la posee) por un espacio máximo de ocho (8) centímetros por cada lado. Desde la aplicación cromática el soporte solo podrá ser de un solo tono, en colores cobre, bronce, dorado, plateado, café, negro y blanco de acuerdo a la paleta cromática ya establecida.

Materiales. Los materiales sugeridos requieren de un cuidado especial para que puedan tener una buena durabilidad y resistencia a la intemperie, éstos materiales son:

Metales:

- Lámina de coll rolled:
- Acero inoxidable
- Aluminio
- Hierro
- Bronce
- Cobre

Plásticos:

- Acrílico
- Poli estireno PS
- Poli carbonato
- Plástico reforzado en fibra de vidrio

Vidrio

Iluminación. La iluminación de los avisos en inmuebles de patrimonio arquitectónico será opcional.

Si se utiliza luz artificial en edificaciones patrimoniales será de manera directa resaltando el nombre del aviso y detalles arquitectónicos.

La ubicación de reflectoras se hará de forma discreta, se podrá instalar en algunos puntos de la fachada o detrás de soportes de fondo del aviso, de letras sueltas, o de acrílicos con espesor.

Prohibiciones:

1. No se podrán instalar avisos comerciales de manera perpendicular a la fachada de los bienes de patrimonio arquitectónico.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

2. No se permitirá la ubicación de avisos y anuncios pintados directamente sobre la pared, ni sobre ningún otro elemento de la fachada, como puertas y ventanas.
3. No se permitirá ubicar avisos sobre ventanas, puertas, vidrios ni que obstaculicen elementos de conservación y/o decoración arquitectónica de la edificación patrimonial.

PARAGRAFO. La presente normatividad no aplicará a entidades institucionales del sector público del municipio de Pereira que posean como sede edificaciones patrimoniales y conservación arquitectónica.

ARTICULO 25. TIPOLOGIA EN EDIFICACIONES DE ENTIDADES INSTITUCIONALES DEL SECTOR PÚBLICO DEL MUNICIPIO. Son aquellas edificaciones donde funcionan entidades o instituciones pertenecientes a un conjunto administrativo del sector público, las cuales pueden categorizarse en centralizadas o descentralizadas.

Cantidad y dimensión. Toda edificación donde esté ubicada una entidad del sector público del Municipio de Pereira tendrá que estar identificada con un (1) aviso donde se especifique únicamente su nombre.

Se deberá manejar una proporción del largo del aviso con la altura de la fuente usando un adecuado uso tipográfico, así:

1. Para fachadas de seis (6) metros hasta diez (10) metros de frente, tendrá una dimensión de mínimo dos (2) metros máximo de tres (3) metros.
2. Para fachadas de diez (10) metros de frente en adelante, tendrá una dimensión mínima tres (3) metros hasta un máximo de cuatro metros con cincuenta (4.5) centímetros.

Ubicación. El nombre de la entidad se podrá ubicar en el área útil de la edificación, a una altura de dos metros con diez (2.10) centímetros, desde el andén hasta la parte inferior del aviso.

Color. Los colores del aviso deberán generar un alto contraste con el fondo de la fachada, la paleta cromática permitida son dorado, plateado, cobre, bronce, los cuales se ven directamente afectados por el material del aviso.

Tipografía. La entidad podrá usar para el nombre del aviso la tipografía que considere pertinente, siempre que esta sea de fácil legibilidad por el transeúnte. Para el efecto se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

1. El grosor de la letra, la forma, el ancho, y la proporción relacionando estos elementos entre si.
2. Si la letra es delicada, o muy delgada se resaltará el contraste con el fondo de la fachada dándole volumen.

for

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

3. En el uso de tipografías palo seco o neutro sin florituras ni ornamentos, deberá tener un grosor intermedio que quite la sensación de peso.
4. Se permitirá el uso de del texto totalmente en mayúsculas, en minúsculas o la combinación de estos.
5. Las dimensiones de cada carácter tipográfico se establecerán por el largo del aviso y las relaciones de contraste de color con la fachada.
6. Si existe una buena relación de contraste de color con el fondo de la fachada, la tipografía tendrá una altura en un rango de mínimo de quince (15) centímetros y un máximo de veinte (20) centímetros.
7. Si no existe o es mediana la relación de contraste de color con el fondo de la fachada, la tipografía tendrá una altura en un rango de mínimo de veinte (20) centímetros y un máximo de veinticinco (25) centímetros.
8. El texto deberá ser en un solo renglón, si el nombre de la entidad es muy largo será en un máximo de dos renglones.

Materiales y características. La selección del material para el aviso deberá caracterizarse por acabados, resistencia, durabilidad, mantenimiento y seguridad. En nombre de la entidad no podrá sobresalir de la fachada más de quince (15) centímetros.

Letras individuales sin fondo: Cada una de las letra que componen el nombre del local se instalaran de forma individual directamente sobre la fachada o de forma flotante, el interlineado entre cada letra quedara a disposición del propietario del establecimiento, sin pasarse en proporción con los lineamientos ya establecidos con anterioridad.

Materiales. Los materiales sugeridos requieren de un cuidado especial para que puedan tener una buena durabilidad y resistencia a la intemperie. Estos materiales son:

Metales:

- Lámina de coll rolled:
- Lámina galvanizada
- Acero inoxidable
- Aluminio
- Hierro
- Bronce
- Cobre

fdu



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

Iluminación. La iluminación de los avisos en edificaciones de entidades institucionales del sector público será obligatoria.

La luz artificial en entidades institucionales se dará de manera directa resaltando el nombre y la edificación; si se trata de un inmueble patrimonial deberá resaltar los detalles arquitectónicos.

El uso de reflectoras se hará de forma discreta, se podrá ubicar en algunos puntos de la fachada o detrás de letras sueltas.

Otros elementos de publicidad exterior. En esta tipología se permitirán como otros elementos de publicidad exterior visual, las banderas, las cuales deberán servir para identificar el País, Departamento y Municipio, a la vez que se permitirá una sola cartelera con datos informativos.

La proporción de estos elementos deberá ocupar un máximo del cinco (5%) por ciento de la fachada.

Se podrán ubicar en espacios semipúblicos que no interfieran con los recorridos establecidos de los peatones, o sobre el área útil de la fachada.

La aplicación cromática se realizará de acuerdo al criterio de cada institución.

Prohibiciones:

- 1. No se podrá instalar avisos de manera perpendicular a la fachada en las edificaciones de entidades institucionales del sector público del Municipio de Pereira.
- 2. No se podrán realizar anuncios pintados directamente sobre la pared, ni ningún otro elemento de la fachada como son puertas y ventanas.
- 3. No se permitirá ubicar avisos o ningún otro elemento de publicidad exterior visual sobre ventanas, puertas y vidrios, si la edificación pertenece a patrimonio no podrá obstaculizar elementos de conservación y/o decoración arquitectónicos.

PARAGRAFO. Para la ubicación de avisos en edificaciones de interés patrimonial y en edificaciones de entidades del sector público del municipio, deberá solicitarse y obtenerse el concepto técnico de la Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual.

ARTICULO 26. AVISOS SOBRE VENTANAS, PUERTAS Y OTROS SITIOS. No se permitirá ubicar avisos, ni avisos pintados sobre ventanas, vitrinas, balcones y puertas, ni sobre ningún elemento que involucre la ventilación, iluminación, acceso o salida de personas o que afecte la parte funcional de la edificación.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

Solo se permitirán los avisos móviles tipo afiche adheridos sobre vidrios o vitrinas, que no ocupe un área superior al veinte (20%) por ciento del área total de la superficie del vidrio. Excepto para las tipologías en plataformas o superficies comerciales y/o de servicios, y centros comerciales, las cuales podrán adherir los avisos sobre la totalidad de la vitrina en las condiciones establecidas para cada una de éstas.

Cuando la superficie de la fachada de la edificación sea completa o parcialmente en vidrio o cualquier otro material translucido, se podrá ubicar el aviso sobre el área correspondiente al antepecho de la fachada, de acuerdo a lo estipulado anteriormente para las diferentes tipologías de establecimientos. Cuando no se pueda identificar fácilmente dicho elemento deberá solicitarse el concepto técnico del Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual. No se permitirá ubicar avisos pintados sobre cualquier elemento que aunque no se encuentre adherido al vidrio, vitrina o fachada sea visible desde el espacio público y que estén a una distancia menor a dos metros con diez (2,10) cm, contados a partir de la fachada límite frontal del predio hacia el interior del establecimiento.

ARTICULO 27. AVISOS ILUMINADOS. Los avisos no podrán tener iluminación sobre las vías peatonales en las zonas establecidas por el POT (Plan de ordenamiento territorial) como zonas residenciales, excepto los avisos sobre establecimientos que den frente hacia las vías vehiculares, los cuales tendrán que cumplir con un plan de manejo, que determine los horarios pertinentes de acuerdo a las necesidades y al tipo de establecimiento. Dicho plan de manejo será establecido por la Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual.

Estos podrán emitir iluminación propia o recibir luz mediante fuentes luminosas externas. No se permitirá iluminación intermitente, ni iluminación de neón.

ARTICULO 28. CONTENIDO DE LOS AVISOS. El aviso instalado deberá indicar el nombre del establecimiento. La información de contenido comercial, el anuncio de productos ofertados o las marcas que se representan no podrán ocupar un área superior al veinticinco (25%) por ciento del área total del aviso. La información referente al nombre y teléfono del propietario no podrá ocupar un área superior al diez (10%) por ciento del área total del aviso; además deberá cumplir con todo lo que éste reglamento establece referente al contenido.

En el contenido del aviso publicitario se permitirá cualquier tipo de diseño para las letras. Cada letra, nombre, logo, símbolo, o figura deberá sujetarse directamente al muro de la fachada o elemento físico de apoyo o soporte.

PARAGRAFO. Los avisos comerciales sólo podrán elaborarse en madera, aluminio, hierro, bronce, piedra, acrílicos, panaflex u otros elementos resistentes a la intemperie.

ARTICULO 29. PROHIBICIONES. Además de las establecidas en el artículo 5 del presente decreto, no se permitirá la ubicación de avisos de identificación o comerciales:

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

1. Sobre el antepecho del primer piso.
2. Cuando se trate de avisos volados o salientes de la fachada superior a 30 centímetros, o que superen cualquiera de los límites del establecimiento. Excepto los avisos separados de la fachada, a los que se hace referencia en este decreto.
3. Los elaborados en pintura o materiales reflectivos directamente sobre la fachada o cualquier otro elemento.
4. Los pintados o incorporados de cualquier forma sobre las ventanas o puertas del establecimiento o edificación. Excepto los avisos móviles tipo afiche adheridos sobre vidrios o vitrinas, establecidos en el artículo 26, avisos sobre ventanas, puertas y otros sitios.
5. Los avisos de contenido netamente comercial sobre la fachada, excepto los avisos de identificación que ocupen el porcentaje establecido en el presente reglamento, para el contenido comercial.
6. Los avisos iluminados en zonas residenciales, excepto las zonas establecidas en el artículo 27, para avisos iluminados.
7. Los avisos que no cumplan con las condiciones establecidas para cada tipología de establecimiento.
8. Los avisos ubicados sobre ventanas, puertas, balcones, barandas, escaleras, elementos y detalles arquitectónicos como columnas, cornisas, zócalos etc. y todos aquellos elementos que involucren la ventilación, iluminación, funcionalidad y estética de la edificación.
9. Los avisos ubicados sobre parasoles, capotas y toldos. Si la fachada cuenta con uno de estos elementos, podrán exhibir el nombre del establecimiento impreso sobre el mismo pero no podrá ubicar su aviso de identificación apoyado sobre éste.
10. Los avisos de proximidad sólo se permitirán en el sector rural de acuerdo a lo establecido en la ley 140 de 1994.

PARÁGRAFO. Los avisos con área superior a ocho (8) metros cuadrados deberán pagar el impuesto correspondiente a vallas, según la fórmula establecida para cobros.

ARTICULO 30. VALLAS. Se entiende por valla todo anuncio permanente o temporal utilizado como medio masivo de comunicación, que permitirá difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos, culturales, políticos, institucionales, artísticos, informativos o similares, que se coloca para su apreciación visual en lugares exteriores, conformada por un tablero que exhibe publicidad por una sola cara, y sostenido a través de una estructura metálica u otro material estable de apoyo con sistemas fijos; el cual se integra física, visual, arquitectónica y estructuralmente al elemento que lo soporta.

Estas se clasifican por su contenido en: vallas comerciales, institucionales, políticas, móviles de proyectos inmobiliarios.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

Y por su tipo de apoyo en: vallas en un solo apoyo o varios apoyos.

Cuando una misma estructura de apoyo sostenga dos (2) caras -de acuerdo al concepto de valla- cada cara se considerará como una valla independiente y por lo tanto tendrá un registro y un cobro independiente.

ARTICULO 31. VALLAS COMERCIALES. CANTIDAD Y DIMENSIÓN. Dentro del perímetro urbano y su área de expansión, para la valla en un solo apoyo, se permitirá un área máxima de cuarenta y ocho (48) metros cuadrados, en lotes sin construir, y de treinta y dos (32) metros cuadrados en áreas libres de lotes construidos, con una altura mínima de la base (desde el piso hasta la parte inferior del tablero) de dos metros diez centímetros (2,10), una altura máxima total de dieciocho (18) metros (desde el piso hasta la parte superior del tablero) y una longitud total de ocho (8) metros, para ambos casos.

Para las vallas en varios apoyos, se permitirán las mismas áreas y altura mínima de la base, y una altura máxima de doce (12) metros para el total de la valla (desde el piso hasta la parte superior del tablero), dentro del área urbana y su zona de expansión.

Además de las disposiciones antes mencionadas, no podrá sobresalir del límite del inmueble donde este ubicada o del paramento de construcción de las zonas incluyendo el espacio aéreo, incluso con la proyección del vértice de la valla.

Sin importar el tipo de apoyo, este solo podrá sostener dos caras máximo -de acuerdo a los establecido por la ley 140 de 1994, siempre que estén anunciando en sentidos diferentes y tengan un ángulo igual o inferior a noventa (90) grados.

ARTICULO 32. UBICACIÓN DE VALLAS. Se podrán ubicar vallas en:

1. Las vías clasificadas por el plan de ordenamiento territorial con una sección vial igual o superior a treinta (30) metros lineales, sobre los predios que den frente a estas.
2. En lotes no construidos y áreas libres de lotes construidos, siempre que se encuentren dentro del predio, y cumplan con las condiciones anteriores.
3. En inmuebles o predios con un frente igual o superior a doce (12) metros lineales.
4. En azoteas o terrazas, siempre que cumplan con las condiciones establecidas para los mismos y se cuente con diseños estructurales y de estabilidad del elemento en relación con la edificación, el cual deberá estar suscrito por un profesional en el área de la ingeniería civil.
5. Con respecto a intersecciones de vías, puentes, glorietas, curvas pronunciadas, la distancia mínima de ubicación de la valla será de ochenta (80) metros lineales. Esta distancia se tomará con respecto al punto, lado o borde más próximo de los elementos antes mencionados, al vértice más inmediato de la valla a instalar. En el caso de la glorieta y curvas pronunciadas la distancia se tomará desde el centro.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

6. Se podrán ubicar vallas con contenido institucional sobre la Avenida del río, las cuales deberán cumplir con todas las disposiciones establecidas para este tipo de elementos y previo concepto de la Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual.

ARTICULO 33. Zonas de manejo especial: Sobre las siguientes zonas no se podrá ubicar ninguna valla nueva distinta a las ya existentes y las mismas tendrán un tiempo máximo de dos (2) años para ajustarse al presente decreto, a menos que se genere una nueva afectación o modificación sobre la valla que implique algún cambio en su parte física y que cuente con la aprobación respectiva por parte de la Secretaría de Gobierno. En tal caso, se deberán realizar a la vez los ajustes respectivos según con lo establecido en el presente reglamento.

Las zonas con la afectación anteriormente descrita corresponden a:

Nodo de la gobernación: zona comprendida entre el eje de la carrera trece (13), Av. Del ferrocarril, hasta la carrera quince (15), subiendo por la calle diecisiete (17), carrera catorce (14) y terminando sobre la calle diecinueve (19).

Turín: zona comprendida en la intersección entre el eje de la Av. 30 de Agosto, y la carrera séptima (7).

Acceso al viaducto: zona comprendida entre la carrera séptima (7) y octava (8) sobre la Av. Del ferrocarril.

PARÁGRAFO: La zonificación exacta de las áreas de manejo especial, se encuentran establecidas en un plano anexo.

Cuando alguna de las vallas existentes en dichas zonas sea retirada, y siempre que se cumpla con la norma establecida en el presente reglamento para las mismas, podrá permitirse la instalación de vallas nuevas.

Todo lo establecido para estas zonas será concertado con la Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual.

ARTICULO 34. DISTANCIA ENTRE AVISO Y VALLA. Cuando exista un aviso separado de la fachada en la cuadra o manzana donde se vaya a instalar un elemento tipo valla, la distancia de instalación de uno con respecto al otro será mínima de ochenta (80) metros lineales.

PARÁGRAFO. Las vallas que se encuentren ubicadas en zonas que no sean permitidas por el presente reglamento, deberán ser desmontadas.

for



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

ARTICULO 35. DISTANCIA ENTRE VALLAS. Dentro del área urbana y su zona de expansión, la distancia mínima entre vallas es de ochenta (80) metros lineales, contados a partir del borde más inmediato respecto a la siguiente valla.

ARTICULO 36. VALLAS EN EL SECTOR RURAL. En el sector rural, las vallas deberán estar a una distancia mínima de quince (15) metros lineales contados a partir del borde de la calzada hacia el interior del predio.

ARTICULO 37. VALLAS EN SECTOR URBANO. En el sector urbano, su zona de expansión y sector sub-urbano, deberán estar a una distancia mínima de dos (2) metros lineales, contados a partir del límite del predio hacia el interior, hasta el borde o vértice más próximo de inicio de la valla.

Dentro de los dos (2) kilómetros de carretera siguientes al límite urbano y territorios indígenas, podrá colocarse una valla cada doscientos (200) metros, después de este kilometraje se podrá colocar una valla cada doscientos cincuenta (250) metros.

ARTICULO 38. ILUMINACION DE VALLAS. Las vallas podrán estar iluminadas interior y exteriormente, sin embargo en zonas residenciales no se permitirán vallas con iluminación intermitente.

ARTICULO 39. CONTENIDO DE LAS VALLAS. En toda valla instalada, cuya publicidad por mandato de ley requiera un mensaje específico referente a salud, medio ambiente, cultura y/o civismo, el mismo no podrá ser superior a 10% del área total de la valla.

Además se tendrá en cuenta que:

1. Las vallas en su parte inferior derecha deberán incluir en forma visible, el número de registro, nombre del propietario y número de teléfono. Los logos o demás información referente al ejecutor deberá estar ubicada o contenida al interior de la valla, formando una unidad y generando una sola afectación, no podrá estar suspendida o adherida como un elemento complementario o adicional a la misma.
2. La información de cualquier tipo, exhibida en la valla no podrá ser similar a las señales de tránsito o de emergencia.

ARTICULO 40. VALLAS DE PROXIMIDAD. De acuerdo a lo establecido en la ley 140 de 1994, podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en zonas rurales 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. Los avisos deberán tener un tamaño máximo de cuatro (4) metros cuadrados y no podrán ubicarse a una distancia inferior a quince (15) metros lineales, contados a partir del borde de la calzada



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

más cercana al aviso. No podrá colocarse publicidad indicativa de proximidad de lugares o establecimientos obstaculizando la visibilidad de señalización vial y de nomenclatura informativa.

No podrá instalarse en el espacio público solo en el espacio privado con la autorización del propietario. No se permitirán avisos de proximidad en zonas urbanas, su área de expansión y zonas suburbanas.

ARTICULO 41. VALLAS EN AZOTEAS. Para vallas en azoteas, se permitirá una valla en un solo apoyo o varios apoyos, con un área máxima de treinta y dos (32) metros cuadrados para el área urbana y su zona de expansión, la altura total (desde el piso hasta la parte superior del tablero) no deberá superar el cincuenta por ciento del (50%) de la altura de la edificación donde esté instalado.

Solo se podrán instalar en edificaciones mayores a dos (2) pisos de altura. Su tamaño no podrá superar los costados laterales de la edificación, ni podrá invadir la fachada. Cuando la estructura sea iluminada y afecte viviendas, servicios de hospedaje, equipamientos de salud, educación, asistencia social y viviendas permanentes vecinas, la valla deberá instalarse a una distancia de dos (2) metros mínimo del muro medianero. La estructura portante de la valla deberá estar cubierta o enmascarada siguiendo los lineamientos de proporción, ejes, y el color (es) de la edificación. Su instalación requiere del permiso previo del propietario.

PARÁGRAFO. La ubicación de vallas en terrazas o azoteas, será permitida previa aprobación de la Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual.

ARTICULO 42. VALLAS INSTITUCIONALES. Las vallas de contenido institucional se regirán por los mismos parámetros que se establecen para vallas comerciales; además estas podrán estar ubicadas sobre el espacio público por fuera de la vía y sobre los ejes viales establecidos como vías paisajísticas. Deberán llevar el nombre del municipio de Pereira o de la entidad de la cual depende la valla, y llevará impreso el escudo del municipio.

ARTICULO 43. PROHIBICIONES. Además de las establecidas en el numeral 5 del presente reglamento, no se permitirá la ubicación de vallas:

1. Sobre el espacio público, excepto las vallas institucionales. Sobre cubiertas, culatas o muros medianeros y sobre todas las vías clasificadas por el plan de ordenamiento territorial con dimensiones menores a treinta (30) metros lineales.
2. En zonas residenciales con iluminación intermitente.
3. Que exhiban más de una (1) cara por lado.
4. En ningún caso se podrá atravesar las cubiertas de las edificaciones con vallas en varios apoyos o un apoyo.

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

5. Sin el consentimiento del propietario o poseedor del predio o edificación.

ARTICULO 44. VALLAS POLÍTICAS. Las vallas de contenido político se registrarán por lo establecido en el decreto municipal 1027 de 2009 y las normas que lo sustituyan o lo modifiquen.

ARTICULO 45. VALLAS VEHICULARES. La publicidad de tipo móvil se registrará según lo establecido en el decreto metropolitano 03 de 2008 y el decreto 018 de 2007, y las normas que lo sustituyan o lo modifiquen.

ARTICULO 46. VALLAS DE PROYECTOS INMOBILIARIOS. En obras de construcción, remodelación o adecuación se podrá tener máximo dos (2) vallas por proyecto sin importar el tipo de apoyo, y solo deberá existir una valla por costado vehicular. Esta podrá ser instalada una vez cuente con la licencia respectiva y se deberá desmontar una vez se haya vencido la misma. Deberá estar ubicada dentro del predio donde se realiza la obra, dentro del paramento de construcción establecido en la respectiva licencia.

Se permitirá una valla con un área máxima de treinta y dos (32) metros cuadrados con una altura mínima de la base (desde el piso hasta la parte inferior del tablero) de dos metros diez centímetros (2,10), una altura total de dieciocho (18) metros (desde el piso hasta la parte superior del tablero) y una longitud horizontal máxima de ocho (8) metros, dentro del área urbana y su área de expansión, área suburbana y rural.

PARÁGRAFO. Las demás disposiciones establecidas para la forma, ubicación, colocación, características y medidas de las vallas, letreros y avisos, incluidos pendones, pasacalles y afiches que se instalen en las vías nacionales, departamentales y municipales por fuera del perímetro urbano se encuentran establecidas en la resolución número 2444 de 2003 del Ministerio de transporte.

ARTICULO 47. AFICHES O CARTELES. Definición: Son los anuncios temporales en papel que se pegan en las carteleras o mogadores, que se utilizan con fines institucionales, culturales, cívicos, políticos, propagandístico, promocionales, religiosos, etc.

ARTICULO 48. CANTIDAD Y DIMENSIÓN. Los afiches o carteleras no podrán tener un área inferior a un (1) metro cuadrado, en el caso de los elementos exhibidos en las carteleras locales. Para los afiches o carteles ubicados en mogadores se ajustarán al diseño presentado por el solicitante. Se podrán ubicar la cantidad de afiches o carteleras que se puedan incorporar dentro de las carteleras locales de acuerdo con la medida establecida para la misma en la cartilla de amoblamiento urbano, sin sobreponer un elemento sobre otro, ni sobrepasar el marco de la cartelera. Solo se podrá ubicar un (1) afiche o cartelera por cara en el caso de los mogadores.

ARTICULO 49. UBICACIÓN. Sólo se podrán fijar afiches o carteles, en las carteleras locales y en los mogadores, y con materiales de fácil remoción.

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

La ubicación de afiches o carteles deberán seguir todas las disposiciones establecidas para la ubicación de carteleras y mogadores en el Municipio; según lo establecido en el acuerdo Municipal 078 de 2008, y por la(s) norma(s) que lo modifiquen, o sustituyan.

ARTICULO 50. TIEMPO DE INSTALACIÓN. Todo afiche o cartelera podrá instalarse con un tiempo no superior a quince (15) días antes de la inauguración del evento, en ambos casos deberá retirarse en un plazo máximo de veinticuatro (24) horas después de culminado el mismo. El tiempo máximo de duración del evento será de treinta (30) días.

ARTICULO 51. CONTENIDO. Todo afiche o cartel deberá contener el nombre de la empresa responsable de la instalación en su parte inferior; en un porcentaje no superior al 10% del área del afiche. En caso de no contar con dicha inscripción será considerado responsable el anunciante. El afiche o cartel deberá tener un solo mensaje y éste será de lectura simple.

ARTICULO 52. PROHIBICIONES. Además de las establecidas en el artículo 5 del presente decreto, deberá cumplir con las siguientes prohibiciones:

1. No podrá superar el área disponible para publicidad en los sitios establecidos para dicho fin.
2. No se podrá fijar sobre fachadas, puertas, ventanas y culatas de edificaciones.
3. No se permitirá su utilización en general en espacios públicos, excepto los sitios de ubicación señalados en este reglamento para este tipo de elementos.
4. Los sitios de ubicación para la fijación de afiches o carteles estarán sujetos a lo dispuesto por el Municipio, previa aprobación del ente de espacio público, de acuerdo a lo establecido en el acuerdo 078 de 2008, o la norma que lo modifique o sustituya.

ARTICULO 53. MEDIOS ELECTRONICOS O DIGITALES: PROYECCIONES O ANIMACIONES. Es cualquier sistema o conjunto de componentes que constituyen o esta concebido para incorporar iluminación a través de bombillas o rayos láser, en función de representar un objeto en una superficie dándole movimiento. Tiene como finalidad anunciar de manera eventual o temporal una actividad, ya sea de carácter institucional, cultural o comercial. En el caso de la utilización de láser, deberá tener una exposición máxima permisible para que las personas no sufran daños adversos.

ARTICULO 54. CANTIDAD Y DIMENSIÓN. Solo se permitirá una proyección por sitio. La cantidad de elementos permitidos serán los necesarios para la realización de la proyección, siempre que esto no genere daños de manera directa o indirecta sobre las personas o sobre la infraestructura preexistente en el sitio de realización de la proyección. La superficie independiente donde se proyecte no podrá ser superior a treinta y dos (32) metros cuadrados.

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

ARTICULO 55. UBICACION. Se permitirá realizar proyecciones en áreas que permitan la aglomeración de personas como plazoleas, zonas duras de parques, vías peatonales, y sobre algunas fachadas, para lo cual se deberá contar con los permisos y autorizaciones, tanto de los propietarios como de las instituciones correspondientes.

En plazoleas, parques y vías peatonales se permitirá proyectar imágenes con contenido comercial, institucional o cultural, sobre una superficie temporal, desmontable fácilmente y fabricada con materiales resistentes a la intemperie. Dicha superficie al igual que los elementos de proyección o animación, y demás objetos que formen parte de la misma, deberán estar sostenidos por una estructura de soporte independiente.

Sobre las fachadas de las edificaciones con uso diferente a la vivienda que posean una superficie exterior, superior o igual a tres mil (3.000) metros cuadrados, se podrán hacer proyecciones directamente sobre ésta, solo para contenidos culturales y artísticos.

En el caso de las pautas comerciales e institucionales, solo se podrán proyectar sobre la fachada, siempre que se utilice una superficie temporal desmontable fácilmente; y fabricada con materiales resistentes a la intemperie para la respectiva proyección. Dicha superficie no podrá obstaculizar los elementos de acceso, iluminación, ventilación, no podrá estar ubicada sobre la cubierta, terraza o azotea de la edificación, y tendrá que cumplir con el permiso respectivo por parte del propietario

Se deberá garantizar que las áreas utilizadas para la proyección no sufrirán ningún daño en su infraestructura y que serán entregadas en iguales condiciones en que fueron recibidas por parte de la empresa o personas responsables de la exhibición.

Se permitirá realizar proyecciones directamente sobre las fachadas de edificios de conservación patrimonial.

ARTICULO 56. TIEMPO DE PERMANENCIA. Los elementos podrán ser instalados con un tiempo no superior a veinticuatro (24) horas antes de la inauguración del evento, y deberán retirarse en un plazo máximo de veinticuatro (24) horas después. El tiempo máximo de duración del evento será de treinta (30) días.

ARTICULO 57. CONTENIDO. Podrá contener logos, mensajes, letras, dibujos, símbolos, formas, marcas o pautas publicitarias, siempre que cumplan con lo establecido para contenidos en el artículo 4 del presente decreto. Sobre fachadas directamente solo se podrá exhibir contenido cultural o artístico.

ARTICULO 58. PROHIBICIONES GENERALES. Además de las establecidas en el artículo 5 del presente decreto, los afiches deberán cumplir con las siguientes prohibiciones:

1. Se prohíbe la utilización de luces o rayos láser que representen un riesgo para los espectadores. Para la realización del evento se deberán cumplir con todas las condiciones



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

establecidas dentro de la normativa nacional para la manipulación u operación del tipo de elementos a utilizar.

2. No se permitirá la manipulación u operación de los elementos para proyecciones o animaciones por personas que no hayan recibido formación hasta el nivel apropiado, y que no tengan autorización para ejercer el control de estos sistemas. Para el efecto, se deberán presentar los documentos respectivos que las acrediten para dicho fin.
3. No se permitirá ninguna proyección sin que la empresa o persona(s) encargadas de la misma, garanticen el correcto funcionamiento de los equipos y su adecuada manipulación u operación, sin peligro para los espectadores, y que cuenten con todos los elementos necesarios para garantizar la seguridad de los mismos.
4. En el caso de la utilización de láser, la proyección y la instalación de los elementos emisores se deberá realizar de forma tal que estos no sean dirigidos directamente a las personas, especialmente hacia los ojos. En ningún caso se podrá hacer uso de un láser potente.
5. No se permitirá la ubicación de superficies para proyección, ni elementos de emisión y demás objetos que formen parte de la proyección o animación como apoyo o estructura de sostén sobre árboles, infraestructura de servicios públicos.
6. No se permitirá su utilización en general en espacios públicos, excepto en los sitios de ubicación señalados en este reglamento para este tipo de elementos.

ARTICULO 59. OTROS MEDIOS. PASACALLES. Definición: Anuncio temporal para publicitar eventos, mensajes institucionales y/o cívicos que se coloca elevado sobre una vía, elaborado en tela, plástico o materiales similares y perforados de forma que permita la libre circulación del aire.

ARTICULO 60. CANTIDAD Y DIMENSIÓN. Los pasacalles deberán tener cero punto (0.90) metros de ancho por un largo igual o menor al ancho de la vía; con altura mínima de cuatro punto cincuenta (4.50) metros en vías urbanas y cinco (5) metros en vías regionales y carreteras nacionales. Cada persona natural o jurídica podrá instalar como máximo veinte (20) pasacalles, siempre y cuando se cumplan las condiciones de localización. Solo podrá existir un pasacalle por estructura.

ARTICULO 61. UBICACIÓN. Se podrán localizar sobre las vías de acceso a los barrios, siempre que se encuentren determinadas en el plan de ordenamiento territorial con una dimensión entre diecinueve (19) y veintiséis (26) metros lineales, determinadas a una distancia mínima entre pasacalles de trescientos (300) metros sobre el mismo eje. No se podrán ubicar pasacalles sobre los puntos donde se encuentren semáforos en un radio de diez (10) metros.

ARTICULO 62. TIEMPO DE INSTALACIÓN. Todo pasacalle podrá instalarse con un tiempo superior a quince (15) días antes de la inauguración del evento; en ambos casos deberá retirarse

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

en un plazo máximo de veinticuatro (24) horas después de culminado el mismo. El tiempo máximo de duración del evento será de treinta (30) días.

ARTICULO 63. CONTENIDO. Para los pasacalles que publiciten mensajes comerciales se deberá dejar un porcentaje del veinte (20) % del área total del elemento para campañas educativas, institucionales o culturales y para el anuncio del patrocinador.

Para los pasacalles que publiciten mensajes institucionales, educativos, culturales o deportivos se dejará un porcentaje del veinte (20) % para el anuncio del patrocinador.

ARTICULO 64. PROHIBICIONES. Además de las establecidas en el artículo 5 del presente decreto, los pasacalles cumplirán con las siguientes prohibiciones:

1. No podrán ser instalados sobre los costados de manzanas en que se encuentren bienes de interés arquitectónico, histórico y cultural y edificios institucionales.
2. No podrán ser ubicados sobre la fachada de edificaciones, solo se permitirá involucrar la fachada para que sirva como punto de apoyo inicial o final del elemento.
3. No se permitirá la localización de pasacalles en la zona comprendida entre la calle 25 y Avenida del Ferrocarril entre carreras 10 y 5 del Municipio de Pereira.
4. Cuedan totalmente prohibidos los pasacalles móviles, ya sea por tracción mecánica, animal o manipulado por personas.
5. No se podrá ubicar más de un pasacalle por estructura.
6. No se permitirá su utilización en general en espacios públicos, excepto en los sitios de ubicación señalados en este reglamento para este tipo de elementos.
7. Los pasacalles que se autoricen por parte de la comisión de vías o con la función de organizar el tráfico vehicular y peatonal, o los que contengan información institucional, no requerirán de registro o licencia; no podrán contener ningún tipo de publicidad comercial, y cumplirán con los requerimientos del presente reglamento.

ARTICULO 65. PENDONES. Definición: Forma de publicidad exterior visual que tiene como finalidad anunciar de manera eventual o temporal una actividad, sea de carácter institucional o comercial, elaborado en telas, lonas y similares, pegados en la parte superior e inferior a una reglilla de madera o material afín a esta.

ARTICULO 66. CANTIDAD Y DIMENSIÓN. Solo se permitirá un pendón por fachada y por estructura. Para los pendones instalados en estructuras independientes sobre separadores, podrán tener dos caras (bilaterales), un ancho máximo de setenta (0.70) y una longitud igual o menor a un metro con cincuenta centímetros (1.50), con una altura mínima de cuatro punto cincuenta (4.50) metros del nivel del piso al borde inferior del pendón. Para los pendones ubicados sobre fachadas no podrán exceder el veinte por ciento (20%) del área total de la



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

fachada, la altura mínima del nivel del andén al borde inferior de un pendón no podrá ser inferior a 2.50 metros.

Cada persona natural o jurídica podrá instalar como máximo veinte (20) pendones, siempre y cuando se cumplan las condiciones de localización. Podrán estar instalados en un tiempo no mayor a treinta (30) días calendario.

ARTICULO 67. UBICACIÓN. Los pendones podrán ubicarse en estructuras independientes sobre ejes viales que posean separadores. Para la ubicación de pendones sobre ejes viales se garantizará una distancia mínima de doscientos (200) metros en el mismo eje, y no podrán sobrepasar los bordes del sardinel.

Sobre fachadas de establecimientos comerciales y/o de servicios, podrán localizarse pendones con contenido comercial sobre el área útil de la fachada. Sobre fachadas de edificios públicos con contenido institucional, y los privados con uso diferente al uso de vivienda, por motivo de exposiciones o eventos temporales.

ARTICULO 68. TIEMPO DE INSTALACIÓN. Todo pendón podrá instalarse con un tiempo no superior a quince (15) días antes de la inauguración del evento; en ambos casos se retirarán en un plazo máximo de veinticuatro (24) horas después de culminado el mismo. El tiempo máximo de duración del evento será de treinta (30) días.

Para los establecimientos comerciales y/o de servicio solo podrán ubicar un pendón hasta por dos veces al año.

ARTÍCULO 69. CONTENIDO. Los pendones que publiciten mensajes comerciales dejarán un porcentaje del veinte (20%) del área total del elemento para campañas educativas, institucionales o culturales y para el anuncio del patrocinador.

Los pendones que publiciten mensajes cívicos, institucionales, educativos, culturales, deportivos o recreativos podrán dejar un porcentaje del veinte (20%) para el anuncio del patrocinador.

ARTICULO 70. PROHIBICIONES. Además de las establecidas en el artículo 5 del presente decreto, los pendones cumplirán con las siguientes prohibiciones:

1. No podrán ser instalados sobre los costados de manzanas sobre las que se encuentren bienes de interés arquitectónico, histórico y cultural y edificios institucionales.
2. No podrán estar ubicados sobre accesos, ventanas, puertas, balcones, barandas, escaleras y todos aquellos elementos que involucren la ventilación, iluminación, y funcionalidad de la edificación.

1465



30 DIC 2010.

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

3. No se podrán ubicar pendones en los puntos donde se encuentren semáforos en un radio de diez (10) metros, para todos los casos.
4. No se podrá ubicar más de un pendón por fachada o por estructura.
5. No se permitirá su utilización en general en espacios públicos, excepto los sitios de ubicación señalados en este reglamento para este tipo de elementos.

PARÁGRAFO. Los pasacalles o pendones de contenido político se rigen por el decreto municipal 1027 de 2009 y las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

ARTICULO 71. BOMBONES. Definición: Son elementos anclados al piso sobre los que se fija publicidad, conformado por una columna y un tablero con doble cara, siendo los dos una sola unidad, utilizados como alternativa de identificación del establecimiento cuando las condiciones de visibilidad del aviso de identificación principal adosado a la fachada sea reducida, o la estructura de la edificación no permita la fijación del mismo.

ARTICULO 72. CANTIDAD Y DIMENSIÓN. Se permitirá con un área máxima de un (1) metro cuadrado, con una altura mínima de la base (desde el piso hasta la parte inferior del tablero) de dos metros setenta centímetros (2,70) y una altura total máxima de ocho (8) metros (desde el piso hasta la parte superior del tablero). La columna tendrá un espesor de quince (15) centímetros.

ARTICULO 73. UBICACIÓN. Se podrá colocar dentro del perímetro del predio y en la zona de amoblamiento de los andenes un (1) aviso de identificación tipo bombón, independiente del aviso de identificación adosado a la fachada, sobre el costado del inmueble con frente hacia vía vehicular. Cuando el predio cuente con dos frentes sobre vía vehicular se podrá ubicar solo un (1) elemento. En todo caso solo se permitirán dos (2) bombones por costado de manzana.

ARTICULO 74. TIEMPO DE INSTALACIÓN. Todo bombón podrá instalarse por un tiempo no superior a un (1) año.

ARTICULO 75. CONTENIDO. Solo podrá contener información referente a la identificación del establecimiento, de acuerdo con la razón social del mismo.

ARTICULO 76. PROHIBICIONES. Además de las establecidas en el artículo 5 del presente decreto, los bombones deberán cumplir con las siguientes prohibiciones:

1. No se permitirá la localización de bombones en la zona comprendida entre la calle 25 y Avenida del Ferrocarril entre carreras 10 y 5 del Municipio de Pereira.
2. No se permitirá su ubicación en general en espacios públicos, excepto en los sitios de ubicación señalados en este reglamento para este tipo de elementos.
3. No podrá contener información comercial, que promocióne o venda un producto, servicio o establecimiento, ni información similar a las señales de tránsito o de emergencia.

102



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

PARÁGRAFO. En caso que se requiera de un área y altura mayor para este tipo de elementos, deberá solicitarse y obtenerse el concepto técnico de la Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual, previa instalación.

ARTICULO 77. MODELOS GIGANTES Y FIGURAS. Definición: Son figuras tridimensionales elaboradas a gran o pequeña escala en materiales resistentes al exterior, para representar un producto, servicio o marca. Son diseñados para llamar la atención en ubicaciones estratégicas.

ARTICULO 78. CANTIDAD Y DIMENSIÓN. Para el caso de modelos gigantes, se permitirá un elemento por establecimiento o sitio, tendrán una altura máxima de veinte (20) metros. Tendrá que instalarse con un retiro mínimo de dos metros con diez (2.10) centímetros contados a partir del borde del predio hacia el interior del mismo. En el caso de las figuras se permitirá más de un elemento siempre que la cantidad y dimensión se ajuste proporcionalmente al sitio de exhibición, sin sobreponer elementos.

ARTICULO 79. UBICACIÓN. Se permitirá la ubicación de modelos gigantes en lotes y edificaciones privadas o públicas con uso diferente a la vivienda, siempre que se encuentren dentro del predio del establecimiento con una superficie exterior superior a tres mil (3.000) metros cuadrados; además podrán ser ubicados sobre parques y plazoletas para espectáculos públicos transitorios.

En lotes y edificaciones privadas o públicas podrán estar ubicados sobre zonas duras exteriores o sobre las zonas verdes del mismo, sin generar conflictos con el acceso y salida de peatones o vehículos, o interferir con la circulación de los mismos sobre los andenes y vías tanto al interior como sobre los que circundan el predio.

En los parques y plazoletas solo podrán estar instalados sobre zonas duras, siempre que estos no interfieran con las actividades desarrolladas en estos sitios.

Los elementos deberán estar anclados en apoyos propios e independientes y no deberán generar conflictos con la circulación de vehículos y peatones. Solo podrá existir un elemento por costado de manzana.

Para el caso de las figuras, podrán estar ubicadas en establecimientos comerciales y/o de servicios al interior de las mismas, no se permitirá su ubicación sobre el espacio público, ni sobre la fachada.

ARTICULO 80. TIEMPO DE INSTALACIÓN. Estos elementos podrán ser instalados con un tiempo no superior a veinticuatro (24) horas antes de la inauguración del evento, y deberá retirarse en un plazo máximo de veinticuatro (24) horas después de culminado el mismo. El tiempo máximo de duración del evento será de treinta (30) días. Para las figuras no se establece tiempo de instalación.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

ARTICULO 81. PROHIBICIONES. Además de las establecidas en el artículo 5 del presente decreto, los modelos gigantes y figuras deberán cumplir con las siguientes prohibiciones:

1. No podrán ser instalados sobre los costados de manzanas sobre las que se encuentren bienes de interés arquitectónico, histórico, cultural y edificios institucionales.
2. No se permitirán este tipo de elementos suspendidos en el aire.
3. Se prohíbe la utilización de modelos gigantes y figuras en lotes y edificaciones privadas con uso residencial.
4. Se prohíben modelos gigantes ubicados en forma permanente.
5. No se permitirá su ubicación en cubiertas, terrazas o azoteas, fachadas, culatas, puertas, ventanas, balcones, escaleras.
6. No se permitirá su ubicación en general en espacios públicos, excepto los sitios de ubicación señalados en este reglamento para este tipo de elementos.

ARTICULO 82. FESTONES. Definición: Son los adornos colocados en forma similar al pasacalle en forma de pequeños pendones o banderines.

ARTICULO 83. CANTIDAD Y DIMENSIÓN. Se permitirá más de un elemento en el diseño presentado, teniendo en cuenta el perfil edilicio donde sean instalados. La altura mínima de colocación será de cinco (5) metros. Solo se permitirá un conjunto de elementos por costado de manzana.

ARTICULO 84. UBICACIÓN. Su instalación solo podrá hacerse al interior de los predios de establecimientos comerciales y/o de servicios o sobre el borde perimetral de inicio de la cubierta o azotea, la fijación de estos se podrá realizar sobre cualquier elemento propio del predio. Solo se permitirá involucrar la fachada para que sirva como punto de apoyo inicial o final del elemento.

ARTICULO 85. TIEMPO DE INSTALACIÓN. Estos elementos podrán ser instalados con un tiempo no superior a veinticuatro (24) horas antes de la inauguración del evento, y deberán retirarse en un plazo máximo de veinticuatro (24) horas después de culminado el mismo. El tiempo máximo de duración del evento será de treinta (30) días.

ARTICULO 86. CONTENIDO. Los festones ubicados al interior de los predios de establecimientos comerciales y/o de servicio, podrán contener mensajes publicitarios.

ARTICULO 87. PROHIBICIONES. Además de las establecidas en el artículo 5 del presente decreto, los festones deberán cumplir con las siguientes prohibiciones:

1. No podrán ser instalados sobre los costados de manzanas sobre las que se encuentren bienes de interés arquitectónico, histórico, cultural y edificios institucionales.

806



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

2. No se permitirá la localización de festones en la zona comprendida entre la calle 25 y Avenida del Ferrocarril entre carreras 10 y 5 del Municipio de Pereira.
3. Se prohíben festones ubicados en forma permanente.
4. No se permitirá su ubicación sobre cubiertas, terrazas o azoteas, fachadas, culatas, puertas, ventanas, balcones, escaleras.

ARTICULO 88. GLOBOS, DIRIGIBLES, COMETAS Y DUMIES. **Definición:** Son avisos temporales hechos de materiales livianos, cuyo fin es el de informar o llamar la atención del público a través de elementos ya sean anclados parcialmente al piso o suspendidos en el aire.

ARTICULO 89. CANTIDAD Y DIMENSIÓN. Se permitirá un elemento por establecimiento para globos mayores a un (1) metro cuadrado (sumada el área de ambas caras), dirigibles y dumies. En el caso de los globos con área menor a un (1) metro cuadrado y cometas anclados se permitirá más de un elemento de acuerdo al diseño presentado y tendrán una altura máxima de veinte (20) metros máximo. El área que ocupe el elemento o el conjunto de elementos no podrá superar más del 20% con respecto al área total de la fachada, para los elementos ubicados en lotes de edificaciones privadas o públicas.

ARTICULO 90. UBICACIÓN. Se permitirá la ubicación de globos, cometas y dumies en lotes y edificaciones privadas o públicas con uso diferente a la vivienda, siempre que se encuentren dentro del predio de establecimientos con una superficie exterior superior a tres mil (3.000) metros cuadrados; igualmente, podrán ser ubicados sobre parques y plazoletas para espectáculos públicos transitorios.

En lotes y edificaciones privadas o públicas podrán estar ubicados sobre zonas duras exteriores o sobre las zonas verdes del mismo, sin generar conflictos con el acceso y salida de peatones o vehículos, o interferir con la circulación de los mismos sobre los andenes y vías tanto al interior como sobre los que circundan el predio. Además podrán estar ubicadas sobre azoteas o terrazas y cubiertas.

En los parques y plazoletas solo podrán estar instalados sobre zonas duras, siempre que estos no interfieran con las actividades desarrolladas en estos sitios.

Los elementos deberán estar anclados en apoyos propios e independientes y no deberán generar conflictos con la circulación de vehículos y peatones.

Solo podrá existir un elemento o conjunto de elementos por costado de manzana.

PARÁGRAFO. Las cometas, globos y dirigibles suspendidos en el aire sin anclaje deberán respetar la altura y toda la reglamentación pertinente establecidas por la aeronáutica civil.

ARTICULO 91. TIEMPO DE INSTALACIÓN. Estos elementos podrán ser instalados con un tiempo no superior a veinticuatro (24) horas máximo antes de la inauguración del evento, en



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

ambos casos se retirarán en un plazo máximo de veinticuatro (24) horas después de culminado el mismo. El tiempo máximo de duración del evento será de treinta (30) días.

ARTICULO 92. CONTENIDO. Solo se permitirán mensajes con contenido comercial e institucional. Se permitirá un porcentaje del veinte (20%) para el anuncio del patrocinador.

PARÁGRAFO. Los globos de contenido político se rigen según lo establecido en el decreto municipal 1027 de 2009 y las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

ARTICULO 93. PROHIBICIONES. Además de las establecidas en el artículo 5 del presente decreto, los globos, dirigibles, cometas y dumies se sujetarán a las siguientes prohibiciones:

1. No podrán ser instalados sobre los costados de manzanas en que se encuentren bienes de interés arquitectónico, histórico, cultural y edificios institucionales.
2. No se permitirá arrojar publicidad o información alguna desde naves en vuelo sobre el Municipio, al igual que aviones con publicidad de arrastre.
3. Se prohíbe la utilización de globos, cometas y dumies en lotes y edificaciones con uso residencial y para aquellos ubicados en forma permanente.
4. No se permitirá su ubicación sobre ventanas, puertas, balcones, barandas, escaleras, y todos aquellos elementos que involucren la ventilación, iluminación, y funcionalidad de la edificación.
5. No se permitirá su ubicación en espacios públicos, excepto en los sitios de ubicación señalados en este reglamento para este tipo de elementos.

PARÁGRAFO. Para los elementos tipo modelos gigantes, globos, cometas, dirigibles y dumies y proyecciones o animaciones, se deberá contar con la aprobación previa de la Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual.

ARTICULO 94. MANIQUÍES Y EXHIBIDORES. Definición: Son elementos que sirven de soporte para la exhibición de productos, servicios o marcas, cuya superficie es tridimensional o volumétrica.

ARTICULO 95. CANTIDAD Y DIMENSIÓN. Se permitirá más de un elemento, siempre que la cantidad y dimensión se ajuste proporcionalmente al sitio de exhibición, sin sobreponer elementos.

ARTICULO 96. UBICACIÓN. Se permitirá la ubicación de maniquíes y exhibidores al interior del predio de establecimientos con uso comercial. En ningún caso podrán superar el límite predial, ni interferir con el acceso al establecimiento ni con la entrada y salida de personas al mismo, o con la circulación de peatones sobre el andén o andenes con frente a la(s) fachada.

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

En el caso de maniqués solo se permitirá exhibirlos en las vitrinas o áreas adyacentes al acceso sobre el primer y segundo piso del establecimiento. En el caso de los exhibidores solo podrán ubicarse en el primer piso.

ARTICULO 97. CONTENIDO. Los exhibidores podrán contener mensajes comerciales sencillos que exhiban una marca o producto, sobre las superficies diferentes a la vitrina. No podrán contener mensajes comerciales compuestos que hagan referencia a servicios u ofertas promocionales. En el caso de los maniqués no podrán contener ningún tipo de contenido escrito.

ARTICULO 98. PROHIBICIONES. Además de las establecidas en el artículo 5 del presente decreto, los maniqués y exhibidores cumplirán con las siguientes prohibiciones:

1. No podrán estar ubicados del tercer piso en adelante, ni en cubiertas, terrazas o azoteas, fachadas, culatas, puertas, ventanas, balcones, y escaleras.
2. No se podrán ubicar en inmuebles o edificaciones con uso diferente al uso comercial.
3. No se permitirá su ubicación en espacios públicos, excepto en los sitios de ubicación señalados en este reglamento para este tipo de elementos.
4. No podrán ser instalados sobre edificaciones de interés arquitectónico, histórico, cultural y edificios institucionales.

PARÁGRAFO. Cuando cualquier elemento de publicidad exterior visual requiera de un tiempo de instalación mayor, se hará la solicitud correspondiente y ajustarse al cobro respectivo, siempre que no exceda el tiempo máximo de duración permitido.

ARTICULO 99. ELEMENTOS NUEVOS. La colocación de elementos de publicidad exterior visual no contemplados en el presente decreto, deberá ser regulada por el Concejo Municipal.

TITULO IV.

PROCEDIMIENTOS Y COMPETENCIAS PARA EL REGISTRO Y COLOCACION DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTICULO 100. COMPETENCIA DE LA SECRETARIA DE GOBIERNO MUNICIPAL. Será competencia de la Secretaría de Gobierno Municipal, a través del área de Control Físico, el trámite de los procesos de selección, otorgamiento de permiso, registro y procedimiento sancionatorio de la publicidad exterior visual, y ordenar la remoción o desmonte de los elementos publicitarios que no cumplan con la normatividad descrita en el presente reglamento, la realización de las acciones a que haya lugar para la remoción o desmonte de los elementos publicitarios. Así mismo, estará a su cargo el control y vigilancia de lo regulado en el presente decreto, para lo cual realizará periódicamente inspecciones oculares.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

ARTICULO 101. COMPETENCIA DE LA SECRETARIA DE HACIENDA MUNICIPAL. Estará a cargo de la Secretaría de Hacienda Municipal la administración y control del tributo y demás funciones de fiscalización, liquidación oficial, discusión y devolución del impuesto de publicidad exterior visual, conforme a los criterios y procedimientos señalados en el presente reglamento, en el código de rentas y en el acuerdo municipal No. 041 de 2005. Estará a cargo de la Tesorería General realizar el cobro coactivo del impuesto de Publicidad Exterior Visual.

ARTICULO 102. COMISIÓN ASESORA PARA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. La comisión será conformada por un representante de las siguientes entidades o dependencias: Secretaría de Planeación Municipal, Secretaría de Gobierno Municipal del área técnica de Control Físico, Corporación Autónoma Regional de Risaralda, Cámara de Comercio de Pereira y Sociedad Colombiana de Arquitectos.

Dichos representantes serán asignados por los respectivos organismos.

También tendrá participación en la comisión un representante de las empresas de publicidad, quien tendrá voz pero no voto.

El dictamen de la comisión asesora permanente será obligatoria, cuando:

1. Surjan dudas respecto a la interpretación y aplicación del presente reglamento, o respecto a los trámites de registro, tarifas o sanciones.
2. Existan discrepancias de criterio en un caso dado, respecto a los elementos reglamentados en el presente documento.
3. Para realizar la modificación del presente reglamento cuando sea requerido.
4. Tendrá a su cargo el estudio de las distintas variantes o elementos de publicidad exterior nuevos que vayan surgiendo a fin de mantener actualizado el presente reglamento.
5. Incorporar nuevas zonas y ejes para la ubicación de publicidad, de acuerdo con las modificaciones realizadas en el plan de ordenamiento territorial.
6. Sea necesario evaluar la ubicación de elementos en otros sitios de la fachada o separados de esta, según sea el caso; cuando las condiciones actuales de la edificación no permitan la localización espacial de la publicidad de acuerdo a las condiciones establecidas en el reglamento.
7. Sea establecido dentro de las condiciones señaladas para cada tipología en el presente reglamento.
8. Se presenten conflictos con la ubicación y dimensiones entre elementos de publicidad exterior a ser instalados; respecto a los existentes.
9. Surjan cambios en las zonas de manejo especial para la ubicación del elemento tipo valla.

for



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

10. Sea necesario aumentar el área y altura de elementos siguiendo parámetros de visibilidad, y aprobar diseños de globos, cometas, dirigibles y dumies para casos específicos.

ARTICULO 103. CRITERIOS PARA TOMA DE DECISIONES. Para la toma de decisiones, la comisión asesora permanente tendrá en cuenta los siguientes criterios:

1. Calidad ambiental: protección de los componentes del paisaje urbano natural y artificial.

La publicidad no deberá afectar la vegetación y no deberá constituirse en una barrera visual para el disfrute del paisaje; Así mismo, no deberá reducir la calidad de vida de las personas, afectando su infraestructura y limitando la iluminación y ventilación de las áreas donde las personas viven, laboran o desarrollan sus actividades diarias.

2. Dimensión espacial: Las vías y áreas deberán tener las dimensiones suficientes para mitigar el impacto de la publicidad.

Su ubicación no deberá interferir con la movilidad y accesibilidad de las personas o vehículos, o el desarrollo de las actividades diarias del sector. A su vez es necesario evaluar el perfil de las edificaciones que conforman el perfil del sector donde se va a ubicar la publicidad, respecto a la dimensión de las vías, para determinar de este modo la proporcionalidad de la publicidad.

3. Visibilidad: Proteger el paisaje urbano, permitir que la publicidad sea vista, y evitar la saturación de elementos publicitarios.

Es necesario evaluar la lecturabilidad y legibilidad tanto de la publicidad como del paisaje, en función de: a) garantizar la efectividad del medio publicitario; b) garantizar la adecuada promoción del establecimiento con un uso racional del mismo; y c) proteger el paisaje urbano, evitando el sobredimensionamiento de elementos publicitarios y la sobreexplotación del paisaje.

4. Simultaneidad de acontecimientos: Es necesario tener en cuenta la existencia de factores que unidos incrementan el deterioro del espacio, para la ubicación de publicidad, como el tráfico vehicular, las ventas ambulantes y estacionarias sobre el espacio público, el uso del suelo comercial y la dimensión de vías y andenes.

5. Diseño, color y materiales: Es un factor importante para determinar el nivel de saturación visual de los elementos, a la vez que permitirá medir la estabilidad y capacidad de los mismos, ya que estos deberán estar en áreas exteriores.

Se deberá garantizar que los diseños y colores sean acordes con la función de la publicidad de llamar la atención, siempre que esto no altere la lectura visual del sector, la cual deberá procurar ser clara, proporcionada y en armonía con el conjunto. A la vez es necesario que los materiales sean resistentes y perdurables en el tiempo, que eviten reducir la calidad visual del paisaje.

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

ARTICULO 104. PERMISO, REGISTRO Y TARIFAS PARA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Permiso, registro y trámites de los elementos de publicidad exterior visual. La solicitud de registro es la inscripción previa instalación de los elementos de publicidad exterior visual que se hace ante la Secretaria de Gobierno Municipal, por medio del área técnica de control físico de los elementos que cumplan con las normas vigentes, teniendo en cuenta la información suministrada por el/los responsable(s) y el concepto técnico emitido por la misma Secretaría y por la Comisión Asesora para la Publicidad Exterior Visual, en casos específicos. El registro no comporta derechos adquiridos, por lo que cada vez que se produzca cambios en la normatividad, se modifiquen o se trasladen los elementos registrados o se venza la vigencia del registro, se tendrá que realizar un nuevo registro o actualización según sea el caso.

A su vez se podrá solicitar prórroga de la vigencia del registro siempre que se ajuste a las normas vigentes.

La solicitud del registro de los elementos de publicidad exterior visual será realizada por el responsable, sea el anunciante, el ejecutor o el propietario a más tardar dentro de los treinta (30) días hábiles anteriores a su colocación.

Para el registro de elementos de publicidad visual exterior, la Secretaría de Gobierno Municipal, a través del área de Control Físico, deberá establecer los formatos físicos y sistematizados. Deberá tener un archivo documental y dispondrá de un plano digitalizado de los elementos registrados. La solicitud deberá contener la siguiente información:

1. Número consecutivo del registro y fecha, otorgado según el orden de entrada de la solicitud.
2. Tipo elemento publicitario (aviso, valla, bombón, proyección o exhibición en láser, etc.)
3. Dirección donde se va a ubicar el elemento, sitio donde se va ubicar (sobre edificación indicar si es en fachada, terraza o culata o caso contrario, si es en lote o sobre el espacio público) dimensiones (área en metros cuadrados o en metros lineales) y número de elementos a instalar. En caso que el sitio de ubicación no posea dirección se deberá anexar la ficha catastral correspondiente.
4. Identificación del responsable, ya sea el anunciante, ejecutor o propietario del predio en donde se instalará el elemento. (Nit o cédula de ciudadanía).
5. Fotos o plano del elemento en el sitio donde va a ser ubicado de acuerdo con el numeral 3, a la escala más conveniente. El plano deberá contener un alzado por fachada que muestre la distribución del elemento respecto al total de la edificación y la cantidad de elementos a instalar. En el caso de los elementos de publicidad ubicados sobre lotes, áreas libres de edificaciones y espacios públicos, la foto o plano deberá mostrar además el elemento con respecto a las edificaciones o áreas vecinas. Cuando el tiempo de instalación de un elemento de publicidad exterior tenga una permanencia mayor a un (1) mes, tendrán que entregar el plano georreferenciado.

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

6. Contenido, se deberá entregar el mensaje exacto que será exhibido en el elemento de publicidad.
7. Tipo de solicitud, se deberá señalar si el trámite corresponde a registro de un elemento nuevo, actualización, prórroga o desmonte. En el caso de los últimos tres (3) se indicará el número de registro y fecha de radicación vigente.
8. Tiempo de duración del evento, en el caso de elementos diferentes a vallas y avisos.
9. Señalar si posee iluminación y el tipo de iluminación (externa o interna).
10. Permiso otorgado por la aeronáutica civil para los elementos ubicados en el cono de aproximación del aeropuerto y los elementos de publicidad tipo globos, cometas, dirigibles y dumies.
11. Autorización escrita por el propietario del inmueble, para instalar el elemento de publicidad por parte del ejecutor o anunciante, y si fuere el caso, la entrada al predio, edificación o local a la Secretaría de Gobierno por medio del área técnica de control físico para el respectivo desmonte del elemento de publicidad exterior visual.
12. Certificado de existencia y representación legal expedida por la autoridad competente, con fecha de expedición no mayor tres (3) meses de anterioridad a la fecha de radicación de la solicitud. El objeto social de la persona natural o jurídica deberá estar orientado a la actividad de instalación y comercialización de publicidad exterior visual, y/o al diseño, manufactura, instalación, construcción, mantenimiento, remodelación, reparación, conservación y explotación de publicidad exterior visual.
13. Cuando se trate de actualización, prórroga o desmonte, presentar el último recibo de pago de impuesto.
14. Poder debidamente otorgado en los términos del Código de Procedimiento Civil, cuando se actúe por intermedio de apoderado.
15. Garantía que ampare el cumplimiento de las obligaciones adquiridas por el beneficiario para elementos tipo valla, incluida la del desmonte de las mismas, por un valor equivalente a veinte (20) smmlv por un término de vigencia igual al de la vigencia del permiso y seis (6) meses más; y una póliza de responsabilidad civil extracontractual que ampare los daños a bienes y personas que puedan derivarse de la instalación de la valla, por un valor equivalente a cincuenta (50) smmlv y un término de vigencia igual al de la vigencia del permiso y seis (6) meses más.
16. Copia de la licencia respectiva otorgada por la autoridad competente, para los elementos tipo valla de proyectos inmobiliarios, indicando fecha de inicio de la obra y fecha de terminación.
17. Análisis estructural de la edificación o de la estructura de apoyo, según sea el caso para elementos tipo valla, suscrito por un profesional competente debidamente matriculado, anexando copia de la cédula, del título y tarjeta profesional del mismo.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

18. Certificado de manipulación de láser, de los operarios y certificados que acrediten a la empresa para la realización de eventos con este tipo de elementos. En el caso de publicidad por medio de proyecciones o animaciones.

PARÁGRAFO 1. Para el procedimiento de actualización y prórroga, la Secretaría de Gobierno Municipal determinará la documentación a solicitar de acuerdo a la información exigida anteriormente para el procedimiento de registro.

PARÁGRAFO 2. La Secretaría de Gobierno Municipal determinará la documentación pertinente a solicitar de acuerdo a la información exigida anteriormente, según el tipo de elemento de publicidad exterior a registrar.

La radicación solo será realizada una vez el responsable entregue la documentación completa, de acuerdo al tipo de elemento de publicidad exterior, anteriormente descrita. En caso que le falte documentación o la información esté incompleta se le solicitará en un plazo no mayor a tres (3) días hábiles, que complete la misma en un tiempo no mayor a cinco (5) días hábiles a partir de la notificación. Vencidos los términos sin que se hubiera dado cumplimiento al requerimiento, se entenderá que el solicitante ha desistido de su solicitud de permiso, por lo que se procederá a su archivo.

Una vez radicada la solicitud se procederá a solicitar el concepto técnico de la secretaría de gobierno por medio del área técnica de control físico para corroborar la información presentada y a la vez el concepto técnico por parte de la comisión asesora para la publicidad exterior, en los casos requeridos de acuerdo a lo establecido en el presente reglamento, la entidad respectiva deberá entregar el concepto técnico, siguiendo el orden de radicación. Para la corroboración de la información y la emisión del concepto técnico tendrá un tiempo no mayor a veinte (20) días hábiles, contados a partir de la notificación.

Al obtener el concepto técnico de los entes respectivos, se determina el cumplimiento o no de las condiciones establecidas para la instalación del/los elemento(s) de publicidad exterior visual solicitado(s) en los términos de la normativa actual.

En el caso de cumplir con los requerimientos establecidos, se solicita el recibo de pago del impuesto en un plazo no mayor a tres (3) días hábiles contados a partir de la fecha de notificación, para realizar el registro.

En caso de no cumplir con los requerimientos establecidos, se informa al responsable los motivos por los cuales el elemento no cumple con las condiciones necesarias para su instalación durante los siguientes tres (3) días hábiles, y se ordenará el respectivo desmonte o la no instalación del elemento, en un plazo no mayor a tres (3) días hábiles contados a partir de la fecha ejecutoria del acto. Contra dicha decisión proceden los recursos de reposición y apelación, todo ello, en los términos del Código Contencioso Administrativo.

fb



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

ARTICULO 105. PRÓRROGA DEL REGISTRO. Cuando el elemento de Publicidad Exterior Visual cuente con registro, el responsable del mismo podrá solicitar su prórroga a la Secretaría de Gobierno Municipal, siempre que cumpla con lo dispuesto en las normas vigentes que regulan el tema para el momento de la solicitud.

Dicha prórroga deberá solicitarse como mínimo con dos (2) meses de antelación al vencimiento del registro.

La radicación solo será realizada una vez el responsable cumpla con la documentación completa, de acuerdo al tipo de publicidad exterior, descrita para la solicitud de registro. En caso que le falte documentación o la información esté incompleta se le solicitará en un plazo no mayor a tres (3) días hábiles, que complete la misma en un tiempo no mayor a cinco (5) días hábiles a partir de la notificación. Vencidos los términos sin que se hubiera dado cumplimiento al requerimiento, se entenderá que el solicitante ha desistido de su solicitud de permiso, por lo que se procederá a su archivo.

Una vez obtenida la documentación se expide el respectivo permiso y se realiza el registro interno.

PARÁGRAFO 1. Cuando se requiera instalar un elemento de publicidad nuevo no contemplado en el presente reglamento, se hará la solicitud por quienes estén inscritos en el registro de la publicidad exterior visual.

PARÁGRAFO 2. Aquellos elementos publicitarios que al momento de la entrada en vigencia del presente reglamento, se encuentren instalados en lugares prohibidos o sobre los que pesan actos administrativos sancionatorios con orden de desmonte, perderán el derecho a ser registrados.

ARTICULO 106. PRELACIÓN DE LAS SOLICITUDES DE PERMISO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Las solicitudes de permiso se resolverán en orden de radicación. Excepto cuando se trate de renovación del permiso, ésta primará frente a cualquier solicitud de permiso nuevo, siempre que no supere el término autorizado. Se podrá solicitar previamente treinta (30) días antes de su vencimiento y por ningún motivo después de la expiración del permiso.

ARTICULO 107. ACTUALIZACIÓN DEL REGISTRO. El titular del registro, o la persona a nombre de quien se tramita el mismo, informará a la autoridad ante la cual se esté haciendo el trámite o haya otorgado el registro, cualquier cambio en la información a la que se refieren los numerales 2, 3, 4, 5 y 6 del artículo 114 del presente decreto, que se produzca durante el trámite o después de otorgado el registro, dentro de los diez (10) días siguientes a tal evento.

Para dar cumplimiento a la presente prescripción se radicará oficio a la entidad reportando de forma clara la modificación que se llevó a cabo. De forma inmediata la Entidad procederá a inscribir la modificación en el sistema de registro. Este trámite de actualización es gratuito.

D.S.

JOT



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

A todos los elementos de publicidad exterior se les deberá dar adecuado mantenimiento, de tal forma que no presenten condiciones de suciedad, inseguridad o deterioro. Este incumplimiento del anterior precepto será causal de revocatoria del registro de publicidad exterior.

Cuando dos (2) o más elementos de publicidad exterior visual ya instalados, busquen su actualización, por lo tanto soliciten permiso para registrarse en el mismo sitio, se tendrá en cuenta la antigüedad del permiso o registro que amparaba su ubicación. En el evento que no posea registro anterior, se tendrá en cuenta el orden de presentación de la solicitud.

ARTICULO 108. TRASLADO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Para el traslado de publicidad exterior visual tipo valla, se requerirá del permiso y la actualización del registro correspondiente. Dicha autorización no se entiende como prórroga del permiso inicial. Los traslados serán permitidos siempre y cuando el registro esté vigente y se realice cumpliendo la distancia autorizada, es decir, 80 metros contados a partir del borde más inmediato respecto a la siguiente valla.

ARTICULO 109. VIGENCIA DEL REGISTRO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. El término por el cual podrá otorgarse el permiso para la colocación de la publicidad exterior visual, según la modalidad que se utilice, es el siguiente:

1. **Elementos tipo aviso:** un (1) año.
2. **Elementos tipo valla:** un (1) año.
3. **Elementos tipo afiche o cartel:** quince (15) días máximo antes del evento, el tiempo máximo de duración será de treinta (30) días y veinticuatro (24) horas después de terminado el mismo.
4. **Elementos tipo proyecciones y animaciones:** veinticuatro (24) horas antes de iniciado el evento, el tiempo máximo de duración será de treinta (30) días y veinticuatro (24) horas después de terminado el mismo.
5. **Elementos tipo pasacalle:** quince (15) días máximo antes del evento, el tiempo máximo de duración será de treinta (30) días y veinticuatro (24) horas después de terminado el mismo.
6. **Elementos tipo pendón:** quince (15) días máximo antes del evento, el tiempo máximo de duración será de treinta (30) días y veinticuatro (24) horas después de terminado el mismo. Para los establecimientos comerciales y/o de servicio solo podrán ubicar un pendón hasta por dos (2) veces al año.
7. **Elementos tipo bombón:** un (1) año.
8. **Elemento tipo modelo gigante:** veinticuatro (24) horas antes de iniciado el evento, el tiempo máximo de instalación será de treinta (30) días y veinticuatro (24) horas después de terminado el mismo.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

9. **Elemento tipo festón:** veinticuatro (24) horas antes de iniciado el evento, el tiempo máximo de instalación será de treinta (30) días y veinticuatro (24) horas después de terminado el evento.
10. **Elemento tipo globo, dirigible, cometa o dumie:** veinticuatro (24) horas antes de iniciado el evento, el tiempo máximo de instalación será de treinta (30) días y veinticuatro (24) horas después de terminado el evento.
11. **Elemento tipo maniquí y exhibidor:** un (1) año.

Si el elemento requiere de una prórroga o tiempo de instalación mayor, deberá hacerse la solicitud correspondiente y ajustarse al cobro respectivo. El tiempo mínimo de duración de un evento temporal será de un (1) día. Las prórrogas no podrán superar el tiempo máximo de vigencia para cada elemento.

ARTICULO 110. PÉRDIDA DE VIGENCIA DEL REGISTRO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Los permisos de publicidad exterior visual perderán su vigencia cuando se hagan cambios a la publicidad exterior visual sin solicitar la actualización del respectivo permiso, o cuando se instale la publicidad exterior visual en condiciones diferentes a las autorizadas. En estos casos, la Secretaría de Gobierno Municipal, por medio del área técnica de Control Físico, ordenará al responsable de la publicidad exterior visual su adecuación o desmonte, siguiendo el procedimiento sancionatorio que se establece en el presente documento.

TITULO V

IMPUESTO Y TARIFAS DE COLOCACION PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTICULO 111. IMPUESTO PARA ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. De acuerdo a lo establecido por la ley 140 de 1994, se adecua el impuesto autorizado por las Leyes 97 de 1913 y 84 de 1915, al cual se refieren la Ley 14 de 1983, el Decreto-ley 1333 de 1986 y la Ley 75 de 1986 de suerte que también cubra la colocación de toda Publicidad Exterior Visual, definida de conformidad con el presente reglamento. En ningún caso, la suma total de impuestos que ocasione cada valla podrá superar el monto equivalente a cinco (5) salarios mínimos mensuales por año.

La Secretaría de Gobierno Municipal, por medio del área técnica de Control Físico, tomará las medidas necesarias para que los funcionarios encargados del cobro y recaudo del impuesto reciban los nombres y número del Nit de las personas que aparezcan en el registro de Publicidad Exterior Visual.

La Publicidad Exterior Visual de que trata la ley 140 de 1994, es aquella que tiene una dimensión igual o superior a ocho (8) metros cuadrados.

Por lo tanto el impuesto a pagar por concepto de publicidad exterior visual, se determina para los elementos de publicidad exterior visual con área superior a ocho (8) metros cuadrados, sin perjuicio de las regulaciones establecidas para el cobro por ocupación del espacio público,

1465



30 DIC 2010

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

según el acuerdo Municipal 078 de 2008. Este será causado al momento de la solicitud de registro y autorización del elemento, y se fijará de acuerdo con lo siguiente:

ARTICULO 112. TARIFAS PARA ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL CON ÁREA SUPERIOR A OCHO (8) METROS CUADRADOS. La publicidad cuya dimensión es igual o superior cuarenta y ocho (48) metros cuadrados causará un impuesto equivalente a cinco (5) salarios mínimos mensuales legales vigentes, por año, en el área urbana y suburbana. Para el área rural causará un impuesto equivalente a cuatro (4) salarios mínimos legales mensuales, por año.

La publicidad cuya dimensión es igual o superior ocho (8) metros cuadrados e inferior a cuarenta y ocho (48) metros cuadrados causará un impuesto proporcional a lo establecido en el inciso anterior.

Los anuncios "corpóreos" que no presenten caras planas (esferas, elipsoides, etc.) a los efectos tributarios, serán considerados de doble faz, computándose como superficies las proyecciones sobre el plano vertical en que éstas resulten máximas.

El cálculo de la tarifa a pagar por concepto de publicidad exterior visual, será realizado por la Secretaría de gobierno, de acuerdo a las variables utilizadas en la siguiente fórmula:

$$(Área * TPEV / ARM / \#Dx\text{año}) * \#DPE$$

TPEV: Tarifa máxima por publicidad exterior visual (5 smmlv o 4 smmlv)

Área: Superficie del elemento en metros cuadrados

ARM: Área de referencia máxima (48m²)

#Dx\text{año}: Número de días por año (365 días)

#DPE: Número de días de permanencia del elemento

ARTICULO 113. LIQUIDACIÓN DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD. La Secretaría de Hacienda Municipal hará la liquidación oficial del impuesto de publicidad exterior visual a partir de la información que le suministre la Secretaría de Gobierno sobre las solicitudes de registro, y el cálculo de la tarifa de acuerdo al tipo de elemento, conforme las disposiciones reglamentarias vigentes.

El propietario de los elementos de Publicidad Exterior Visual informará a la Secretaría de Hacienda, el desmonte de la Publicidad Exterior Visual con el fin de suspender la causación del impuesto; en caso contrario éste se seguirá facturando y deberá ser cancelado.

El propietario de la publicidad comercial temporal deberá removerla una vez se cumpla la fecha para la cual fue autorizado, so pena de que la Administración lo haga a su costa.



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

PARÁGRAFO. El cobro de la tarifa para los elementos de publicidad exterior tipo valla, se hará por el tiempo que la estructura se encuentre instalada, independientemente de que exhiban publicidad o no.

ARTICULO 114. SANCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. La inobservancia de las normas de Publicidad Exterior Visual es responsabilidad no sólo de la persona natural o jurídica propietaria de la estructura donde se anuncia, denominada en este documento como ejecutor, sino también del anunciante, del propietario del establecimiento y del propietario, poseedor o tenedor del bien mueble o inmueble donde se publicita y dará lugar a las medidas correctivas o sanciones contenidas en el presente reglamento.

ARTICULO 115. PROCEDIMIENTO SANCIONATORIO PARA LA MODIFICACIÓN O REMOCIÓN DE LOS ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. De acuerdo con lo establecido por la ley 140 de 1994, en su artículo 12, sin perjuicio de la acción popular consagrada en el artículo 105 del Código Civil y el artículo 80. de la Ley 9a. de 1989 y de otras acciones populares, cuando se hubiese colocado Publicidad Exterior Visual, en sitio prohibido por la ley o en condiciones no autorizadas por ésta, cualquier persona podrá solicitar su remoción o modificación a la alcaldía municipal o distrital respectiva. La solicitud podrá presentarse verbalmente o por escrito, de conformidad con el artículo 50. del decreto 01 de 1984 (Código Contencioso Administrativo).

De igual manera y sin perjuicio del ejercicio de la acción popular, los alcaldes podrán iniciar una acción administrativa de oficio, para determinar si la Publicidad Exterior Visual se ajusta a la Ley.

Recibida la solicitud o iniciada de oficio la actuación, el funcionario verificará si la publicidad se encuentra registrada de conformidad con el artículo anterior y si no se ha solicitado su registro dentro del plazo señalado por la ley, se ordenará su remoción. De igual manera el funcionario deberá ordenar que se remueva o modifique la Publicidad Exterior Visual que no se ajuste a las condiciones legales, tan pronto tenga conocimiento de la infracción, cuando ésta sea manifiesta o para evitar o para remediar una perturbación del orden público en los aspectos de defensa nacional, seguridad, tranquilidad, salubridad y circulación de personas y cosas o graves daños al espacio público.

En los casos anteriores, la decisión deberá adoptarse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes al día de recepción de la solicitud o de la iniciación de la actuación. Si la decisión consiste en ordenar la remoción o modificación de una Publicidad Exterior Visual, el funcionario fijará un plazo no mayor de tres (3) días hábiles para que el responsable de la publicidad, si es conocido la remueva o la modifique. Vencido este plazo, se ordenará el retiro a costa del infractor.

Cuando la Publicidad Exterior Visual se encuentre registrada y no se trate de los eventos previstos en el inciso tercero de este artículo, el alcalde, dentro de los veinte (20) días hábiles



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

siguientes al día de recepción de la solicitud o de la iniciación de la actuación, deberá promover acción popular ante los jueces competentes para solicitar la remoción o modificación de la publicidad. En estos casos acompañará a su escrito copia auténtica del registro de la publicidad.

ARTICULO 116. DESTINACIÓN DE LOS ELEMENTOS REMOVIDOS. Los elementos de publicidad exterior visual que sean removidos por las autoridades municipales serán depositados en los lugares dispuestos por la Secretaría de Gobierno para este efecto y podrán ser reclamados por sus propietarios, previo el pago del costo incurrido por el desmonte según lo determinado en la actuación administrativa, en el lugar en donde dicho ente lo indique presentando el respectivo recibo de pago al Municipio, siempre y cuando el objeto de su remoción sea por modificación. A la vez, aquellos elementos que hayan sido retirados por estar ubicados en sitios prohibidos tendrán que pagar además del cobro por desmonte, el costo incurrido por la sanción a aplicar según lo determinado en el presente reglamento.

La administración municipal no será responsable de los daños o deterioro que pueda ocurrir con el desmonte o retiro de la publicidad ubicada en el espacio público.

La publicidad exterior visual que sea removida y no reclamada por el propietario dentro de los cinco (5) días siguientes a la fecha de ejecutoria de acto administrativo que ordene la remoción, podrán ser donadas por la Administración a los Establecimientos de Asistencia Social de naturaleza pública o ser destruidas.

PARAGRAFO: Cobros por desmonte remoción de elementos de publicidad exterior visual. El cobro del desmonte de publicidad exterior visual en las condiciones anteriormente mencionadas será fijado por la Secretaría de Hacienda, de conformidad con los costos que el hecho acarree.

ARTICULO 117. DETERMINACIÓN DEL COBRO POR SANCIÓN. De acuerdo con lo establecido por la ley 140 de 1994, en su artículo 13, La persona natural o jurídica que anuncie cualquier mensaje por medio de la Publicidad Exterior Visual colocada en lugares prohibidos, incurrirá en una multa por un valor de uno y medio (1. 1/2) a diez (10) salarios mínimos mensuales, atendida la gravedad de la falta y las condiciones de los infractores. En caso de no poder ubicar al propietario de la Publicidad Exterior Visual, la multa podrá aplicarse al anunciante o a los dueños, arrendatarios, etc. o usuarios del inmueble que permitan la colocación de dicha publicidad.

Quien instale Publicidad Exterior Visual en propiedad privada, contrariando lo dispuesto en el literal d) del artículo 30. de la presente Ley, deberá retirarla en el término de 24 horas después de recibida la notificación.

La Secretaria de Gobierno sancionará de acuerdo con los valores establecidos en la siguiente escala, calculada de acuerdo al índice de impacto por elemento de publicidad exterior, de acuerdo con el anexo 1. Estos índices fueron medidos a través de una matriz donde se establece una escala de valores para una serie de variables cualitativas y cuantitativas, que cruzadas con



SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

el tipo de elementos de publicidad exterior determinan por una parte el nivel de afectación (a mayor afectación el valor será mayor y viceversa) y por otra, establece el nivel de exposición de la publicidad respecto al entorno. El costo incurrido por la sanción a aplicar, de acuerdo a lo establecido por la ley 140 de 1994 para cada elemento de publicidad exterior según su índice de afectación, corresponde a:

ITEM	ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL	INDICE DE AFECTACION	MULTAS PEV (SMLMV)
1	VALLAS	57	10
2	PROYECCIONES O ANIMACIONES	54	9
3	GLOBOS, DIRIGIBLES, COMETAS Y DUMIES	52	8
4	MODELOS GIGANTES O FIGURAS	51	7
5	PENDONES	49	6
6	FESTONES	40	5
7	AVISOS SEPARADOS DE LA FACHADA	36	4
8	BOMBONES	29	3
9	PASACALLES	27	2
10	AFICHES	20	1,5
11	MANIQUIES Y EXHIBIDORES	19	1,5

Tabla cálculo multas para elementos de publicidad exterior visual.

TITULO VI. DISPOSICIONES FINALES

ARTICULO 118. PROHIBICIÓN. No se podrán expedir permisos para elementos de publicidad exterior visual comercial que no estén contemplados en el presente decreto.

ARTICULO 119. RÉGIMEN DE TRANSICIÓN. Las licencias y autorizaciones vigentes a la fecha de publicación del presente decreto conservarán su validez hasta la fecha de su vencimiento. Vencido este plazo o en el término de seis meses, contados a partir de la vigencia del presente decreto, en caso de que no se le hubiese señalado plazo en la licencia o permiso, deberá ajustarse a las disposiciones aquí señaladas.

La publicidad exterior visual que no cuente con ningún tipo de licencia o permiso, deberá ser registrada dentro de un plazo no mayor a treinta (30) días a solicitud del interesado. Las solicitudes de registro se evaluarán teniendo en cuenta lo estipulado en este reglamento. Vencido este plazo a la publicidad visual exterior que no se encuentre registrada, se le aplicará la sanción establecida en el presente reglamento.

Las actuaciones administrativas sancionatorias en curso, continuarán su trámite con las normas vigentes al momento de su iniciación. Las normas establecidas en el presente decreto son de vigencia inmediata y se aplicarán a partir de la fecha de su publicación.

1465



30 DIC 2010.

SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL

La publicidad exterior visual instalada sin el debido permiso, deberá desmontarse inmediatamente. De no acatarse esta disposición se dará inicio a las actuaciones administrativas correspondientes.

Es deber de la Secretaria de Gobierno informar a las empresas y/o responsables sobre la obligatoriedad del desmonte de vallas que no cumplan con la normatividad legal vigente.

ARTICULO 120. VIGENCIA Y DEROGATORIAS. El presente decreto rige a partir de la fecha de su publicación y deroga los acuerdos municipales 45 de 1999, 017 de 2002, 06 de 2005, y las demás disposiciones que le sean contrarias.

PUBLIQUESE Y CUMPLASE

[Signature]
JAIRO ORDILIO TORRES MORENO
Alcalde Municipal (e)

[Signature]
LUZ DARY ESCOBAR DE ROBLEDO
Secretaria Jurídica

Revisión legal Secretaría Jurídica

[Signature]
Vo Bo. MARINA LOAIZA GARCIA
Dir. Operativa de Dilo. Urbano (e)

Proyectó: Fabio A. Castillo Gaona - Abg. Contratista Secretaría de Planeación.

Coordinó: Juan P. Aristizabal Valencia - Arq. Contratista Secretaría de Planeación.

Elaboró: Zahira J. Payán Buitrago - Arq. Contratista Secretaría de Planeación

145

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]