 Municipio de Sabaneta CONCEJO MUNICIPAL	ACUERDO MUNICIPAL	Código: FO-GPA-04
		Versión: 2
		Fecha de Aprobación: 30/09/2019
		Página 1 de 12

ACUERDO MUNICIPAL N°. 13
 (03 SEP 2021)

“POR EL CUAL SE REGULA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL MUNICIPIO DE SABANETA – ANTIOQUIA, SE DEROGA EL ACUERDO MUNICIPAL 021 DE 1998 Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”

El Concejo Municipal de Sabaneta, en uso de sus atribuciones constitucionales y legales, especialmente las conferidas por los numerales 7 y 9 del Artículo 313 de la Constitución Política de la República de Colombia, y los artículos 3 y 4 de la Ley 140 de 1994, Ley 9 de 1989, la Ley 134 de 1990, la Ley 136 de 1994, la Ley 387 de 1997, la Ley 388 de 1997, Ley 769 de 2002, la Ley 1551 de 2012, la Ley 1801 de 2016, el Acuerdo Municipal 04 de 2014, el Acuerdo Municipal 27 de 2018, el Acuerdo Municipal 32 de 2018, el Acuerdo Municipal 07 de 2019, el Acuerdo Municipal 010 del 2019, y demás normas concordantes aplicables,

ACUERDA

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO PRIMERO: OBJETO: Establecer la regulación requerida para la fijación de elementos constitutivos de publicidad exterior visual, al igual que disponer donde pueden ubicarse, que dependencias están encargadas de su autorización y control cuando no se ajusten a la normatividad, en la jurisdicción del municipio de Sabaneta – Antioquia.

ARTÍCULO SEGUNDO: ÁMBITO DE APLICACIÓN: La publicidad exterior visual podrá fijarse en los inmuebles rurales y urbanos del Municipio de Sabaneta que no se encuentren incluidos en las restricciones estipuladas en el artículo 3 de la Ley 140 de 1994, en el marco de otras normas nacionales, del Plan Básico de Ordenamiento Territorial, sus normas complementarias las que se mencionan en el presente Acuerdo.

ARTÍCULO TERCERO: PRINCIPIOS: Las normas contempladas en este Acuerdo se aplicarán con arreglo a los siguientes principios:

- a) **Celeridad.** Corresponde a las dependencias encargadas del registro y control de la publicidad exterior visual o quien haga sus veces o las Autoridades de Policía encargadas de oficio o a petición de parte, el impulso y aplicación de los procedimientos contenidos en esta normativa, suprimiendo trámites innecesarios y evitando dilaciones injustificadas.
- b) **Eficacia.** En la aplicación de este principio se tendrá en cuenta que las normas de este Acuerdo logren su finalidad, removiendo de oficio o a petición de parte, obstáculos formales y vicios de procedimiento saneables.
- c) **Legalidad.** Los actores intervinientes en la publicidad exterior solo serán investigados y sancionados, por comportamientos que estén descritos como falta en la Ley 140 de 1994, en el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana, Régimen disciplinario para los servidores públicos, en el presente Acuerdo o aquellas normas que se encuentren vigentes al momento de su realización, o las normas que complementen, modifiquen o sustituyan las antes descritas.
- d) **Buena fe.** Se presume que la actuación de los actores intervinientes en la publicidad exterior en el ejercicio de sus funciones se adecúa a los postulados de la buena fe; por tanto, su comportamiento debe ajustarse a una conducta honesta, leal y

conforme a los postulados de esta, observando las normas vigentes antes de proceder a su respectiva fijación.

- e) **Debido proceso.** Los actores intervinientes en la publicidad exterior serán investigados con observancia formal y material de las normas que determinen la ritualidad del proceso en los términos establecidos en la Constitución Política, la Ley y este Acuerdo.
- f) **Favorabilidad.** La ley permisiva o favorable se aplicará, sin excepción, de preferencia a la restrictiva o desfavorable.
- g) **Derecho de defensa y contradicción.** Durante la actuación, el actor interviniente en la publicidad exterior tiene derecho a ejercitar su defensa por sí mismo o por intermedio de apoderado, así como conocer, controvertir las actuaciones y decisiones del proceso y ejercer la doble instancia.
- h) **Presunción de inocencia.** El actor interviniente a quien se atribuya la comisión de una falta, se presume inocente mientras no se declare su responsabilidad.
- i) **Imparcialidad.** En la actuación procesal que se adelante contra el interviniente en la publicidad exterior se garantizará la objetividad e imparcialidad.
- j) **Proporcionalidad.** La sanción que se imponga al interviniente en la publicidad exterior, debe corresponder a la gravedad de la falta cometida.
- k) **Rigor Subsidiario:** Las normas contenidas en la Ley 140 de 1994 o la que regule la publicidad exterior visual, pueden ser desarrolladas de manera más estricta, pero no más flexible por el Concejo Municipal, en virtud de competencias constitucionales propias para dictar normas para la protección del paisaje.
- l) **Transparencia.** Las actuaciones realizadas en capacidad de hacer pública la información, el proceso de toma de decisiones y su adopción acorde al artículo 11 de la Ley 140 de 1994.
- m) **Aplicación de principios e integración normativa.** En la aplicación del presente Acuerdo, prevalecerán los principios rectores contenidos en este y en la Constitución Política. En lo no previsto en esta normativa, se aplicará lo dispuesto en la Ley 1437 de 2011 "Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo" y la Ley 1564 de 2012 "Código General del Proceso", las normas que la modifiquen o la complementen.
- n) **Conservación y prevención del medio ambiente.** En la aplicación del presente Acuerdo Municipal, prevalecerá la conservación y preservación del medio ambiente, como el conjunto de acciones personales o grupales, para mejorar y mantener las características originales de los recursos naturales y evitar el deterioro de la Fauna y la Flora.
- o) **Responsabilidad social.** En la aplicación del presente Acuerdo Municipal, los actores tendrán la sostenibilidad y sustentabilidad, para mitigar el impacto sobre el entorno ambiental y social.

ARTÍCULO CUARTO. CRITERIOS INTERPRERATIVOS DEL ACUERDO MUNICIPAL.

Cualquier diferencia interpretativa en las disposiciones del presente Acuerdo se llenará con las normas que regulen casos análogos. A falta de estas, las dependencias encargadas del registro y control de la publicidad exterior visual o quien haga sus veces o las autoridades de policía encargadas, determinarán la forma de realizar los actos

procesales con observancia de los principios constitucionales y los generales del derecho procesal, procurando hacer efectivo el derecho sustancial.

CAPÍTULO II

REGLAS DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTÍCULO QUINTO. PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Es 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, de manera estática o móvil, visibles desde las vías de uso y dominio del espacio público, bien sea peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas, con dimensión igual o superior a ocho metros cuadrados (8 m^2) e inferior a cuarenta y ocho metros cuadrados

(48 m^2) en zona urbana y con dimensión igual o superior a ocho metros cuadrados (8 m^2) e inferior a sesenta metros cuadrados (60 m^2) en zona rural.

PARAGRAFO: El cobro que se genere en cumplimiento del presente Acuerdo Municipal, deberán estar acorde al Acuerdo Municipal 04 de 04 de noviembre de 2014 y el Acuerdo Municipal 032 del 27 de diciembre de 2018, o a las normas que lo deroguen y/o modifiquen.

ARTÍCULO SEXTO. ELEMENTOS NO CONSIDERADOS PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. No se considera publicidad exterior visual para efectos del presente Acuerdo:

- a. La señalización vial.
- b. La nomenclatura urbana o rural.
- c. La información sobre sitios históricos, turísticos y culturales, y aquella información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas u otras personas por encargo de éstas, que podrá incluir mensajes comerciales o de otra naturaleza siempre y cuando éstos no ocupen más del 30% del tamaño del respectivo mensaje o aviso. Tampoco se considera Publicidad Exterior Visual las expresiones artísticas como pinturas o murales, siempre que no contengan mensajes comerciales o de otra naturaleza
- d. Las expresiones artísticas como pinturas o murales y grafitis, siempre que no contengan mensajes comerciales, elementos o referencias a la marca o el nombre del patrocinador, reguladas de conformidad con el Acuerdo 010 de 2019 por la norma que la modifique, complemente o regule nuevamente.
- e. Elementos de divulgación política y propaganda electoral de conformidad con la Ley 130 de 1994 o la norma que la modifique, complemente o sustituya.
- f. Las vallas institucionales que tienen por objeto comunicar actividades de los organismos del Estado. Estas vallas son temporales y contienen información institucional, preventiva, reglamentaria o direccional sobre servicios, medidas o sistemas de seguridad o transporte, construcción y reparación de obras y vías, programas de recreación, medio ambiente, salud e higiene o comportamientos cívicos.

PARÁGRAFO. En uso de sus facultades reglamentarias, la Administración Municipal reglamentará los avisos publicitarios, en concordancia con lo establecido en las leyes 9 de 1989 y 388 de 1997, el Acuerdo Municipal 07 de 2019 o la norma que lo modifique, derogue o sustituya.

ARTÍCULO SEPTIMO. DEFINICIONES DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Los términos no definidos en la Ley 140 de 1994 y utilizados frecuentemente deben entenderse de acuerdo con su significado natural. Para la interpretación del presente Acuerdo, las expresiones aquí utilizadas con mayúscula inicial deben ser entendidas con el significado que a continuación se indica. Los términos definidos son utilizados en singular y en plural de acuerdo como lo requiera el contexto en el cual son utilizados.

Publicidad exterior visual y Murales. Entiéndase por publicidad exterior visual (vallas y murales) todo anuncio utilizado como medio masivo de comunicación, que permite difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos, culturales, institucionales, artísticos, informativos o similares; que se coloca para su apreciación visual en lugares exteriores, en cualquier tipo de material, fijas y transitorias, instaladas en zonas verdes de la propiedad privada, cubiertas, terrazas o culatas de inmuebles construidos, siempre y cuando su tamaño no supere las costas laterales de dichos inmuebles, lotes privados, entre otros.

Cuando la publicidad exterior visual tenga forma irregular, el área se calculará de acuerdo con el espacio efectivamente utilizado para fines publicitarios, la cual no podrá superar los cuarenta y ocho (48 m²) metros cuadrados. En estos casos, la dimensión se tomará desde el borde extremo inferior del elemento publicitario hasta el extremo superior y demás costados utilizados.

Pantallas Electrónicas. Son dispositivos compuestos de paneles o módulos de led (diodos emisores de luz) o similares debidamente compuestos por leds RGB con los cuales en conjunto forman pixeles y de esta manera se pueden mostrar caracteres, textos, imágenes y video.

Muñecos, inflables, globos, cometas y dumis. En cualquier tipo de material y cualquier tamaño.

Murales artísticos. Para los efectos de esta disposición son murales artísticos los que con carácter decorativo y con motivos artísticos se pintan directamente sobre los muros de las culatas de las edificaciones y muros de cerramiento. Estos murales no podrán incluir ningún tipo de publicidad ni evocar marca, producto o servicio alguno. Su finalidad siempre será artística sin vulnerar los derechos de los demás ciudadanos.

Pasacalles o Pasavía. Son formas de publicidad exterior visual que tienen como finalidad anunciar de manera eventual o temporal una actividad o evento, o la promoción de comportamientos cívicos, se exponen en diversos lugares como: vías, postes, columnas o muros

PARAGRAFO: Para determinar la altura del elemento portante de la publicidad exterior visual, se tomará desde su cimiento o punto de instalación, hasta el extremo superior de la publicidad exterior visual, el cual no deberá sobrepasar una altura máxima de 18 metros.

ARTÍCULO OCTAVO. REQUISITOS ESPECIFICOS DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Los elementos constitutivos de publicidad exterior visual deberán cumplir con las siguientes características:

- a. Ensamble sobre estructura metálica u otro material estable, instalada con sistemas fijos resistentes a los fenómenos de la naturaleza.
- b. La estructura portante deberá acoger las normas técnicas de sismo resistencia NSR 10, o la norma que la adicione, modifique y sustituya.
- c. Toda publicidad exterior visual de tipo comercial que incluya en su contenido un mensaje sobre salud, medio ambiente, cultural y/o cívico, deberá incorporar mensajes institucionales en al menos un diez por ciento (10%) de su área total o del tiempo de en el que dure expuesto el mensaje cuando la publicidad se encuentre en medios electrónicos o digitales.
- d. No deberá contener lenguaje o figuras que provoquen violencia hacia personas por su género, raza, orientación sexual o identidad cultural, religión, violentando sus derechos constitucionales.
- e. No deberán contener escritos o figuras contrarias a la moral, al respeto por el orden público, ni que configuren un acto de competencia desleal.

f. Respetar las líneas de distribución y transmisión de energía, guardando las distancias establecidas en el Reglamento Técnico de Instalaciones Eléctricas- RETIE. Para los demás elementos de servicio público (alcantarillado, acueducto, gas, etc.), se deberá cumplir con lo estipulado en los requisitos especiales de retiro establecidos para cada tipo de servicio público, por la entidad competente. La publicidad exterior visual que utilice servicios públicos deberá cumplir con las condiciones estipuladas para su instalación, uso y pago.

g. Al momento de la instalación se deberá respetar la arborización existente, no incurrir en tala o poda de algún árbol. Si después de la fijación de la publicidad exterior visual se requiere podar, talar o aprovechar un árbol con la finalidad de que permanezca la publicidad, se deberán obtener los respectivos permisos, ante la autoridad ambiental competente.

h. Podrán colocarse hasta dos (2) elementos que constituyan publicidad exterior visual contiguas en un mismo lugar de la zona urbana y la zona rural, sostenidas en una misma estructura fija, que se visualicen desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres o aéreas.

i. Siguiendo con los lineamientos del artículo 8 de la Ley 1228 de 2008 y demás normas que le realicen adiciones, modificaciones o sustituyan, la publicidad exterior cuando se instale en vías nacionales de primer, segundo y tercer orden del suelo rural, determinadas en el Plan Básico de Ordenamiento Territorial de Sabaneta, deberá guardar una distancia de sesenta (60) metros, (45) metros y (30) metros, respectivamente. El metraje determinado en este artículo se tomará la mitad a cada lado del eje de la vía.

En vías de doble calzada en zona residencial, la zona de exclusión se extenderá mínimo veinte (20) metros a lado y lado de la vía, que se medirán a partir del eje divisorio de cada calzada hasta el extremo más cercano de la publicidad exterior visual instalada en propiedad privada.

ARTÍCULO NOVENO: PERMANENCIA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. La publicidad exterior visual que cumpla con las condiciones previstas en la Ley 140 de 1994, las demás normas nacionales, el presente Acuerdo, el Plan Básico de Ordenamiento Territorial y demás normas, podrá permanecer instalada por el término máximo de un (1) año, prorrogable hasta por seis (6) meses o por el término que se haya solicitado, teniendo en cuenta su carácter de permanencia o transitoriedad, según lo definido en el presente Acuerdo Municipal, sin perjuicio de las facultades de vigilancia y control que le corresponden a la Administración Municipal.

CAPITULO III

DISPOSICIONES DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTÍCULO DECIMO. LOCALIZACIÓN: Para la localización de la publicidad exterior visual se deberá tener en cuenta lo siguiente:

LUGARES PERMITIDOS Se podrá colocar publicidad exterior visual en todos bienes de propiedad privada del territorio municipal, de conformidad con la norma vigente, así:

a. En terrazas, cubiertas, muros medianeros y culatas de inmuebles construidos, siempre y cuando su tamaño no supere los costados laterales de dichos inmuebles, en los términos del literal c) del artículo 4 de la Ley 140 de 1994.

b. Se podrá instalar a partir del tercer piso en terrazas, culatas y muros medianeros sin exceder sus bordes más extremos a partir del segundo piso acabado.

c. Podrán localizarse hasta dos (2) elementos de publicidad exterior visual contiguos en un mismo inmueble, siempre que estén soportadas en una misma estructura fija y que proyecten diferentes visuales hacia las vías de uso o dominio público.

d. La estructura de la publicidad exterior visual no podrá exceder la dimensión del área total de las culatas y muros medianeros.

e. Será necesario tener en cuenta las normas generales para su instalación, en concordancia con las siguientes proporciones en terrazas, culatas y muros medianeros:

Altura en pisos acabados	Área en Metros ²
Nivel de Piso acabado 3	12
Nivel de Piso acabado 4	24
Nivel de Piso acabado 5	32
Nivel de Piso acabado 6	40
Nivel de Piso acabado 7 en adelante	48

f. En las estaciones de servicio y en los parqueaderos para visitantes de los establecimientos ubicados en áreas comerciales, se podrán instalar publicidad exterior visual de la línea de paramento hacia el interior a razón de una (1) por cada frente, con sujeción a las normas generales y respetando las áreas de circulación vehicular y peatonal, así como las de parqueo.

g. Según lo dispuesto en la Ley 140 de 1994 y en la reglamentación del Ministerio de Transporte, o las normas que las adicionen, modifiquen o sustituyan, la distancia mínima entre cada publicidad exterior visual será de ochenta (80) metros lineales por costado privado de la sección vial en área urbana y en zona rural la distancia será de 250 metros lineales sobre cada sección vial. Dentro de los dos (2) kilómetros de carretera siguiente al límite urbano, podrá colocarse una publicidad exterior visual cada doscientos (200) metros lineales en el mismo costado de la vía; después de este kilometraje, se podrá instalar una (1) publicidad exterior visual cada doscientos cincuenta (250) metros lineales por costado de vía.

h. Tratándose de proyectos inmobiliarios, se permitirá la publicidad exterior visual dentro del sitio donde se desarrolle la obra o el proyecto inmobiliario, en el muro o elemento de cerramiento de la misma conservando la distancia requerida con la publicidad exterior visual más próxima, o utilizando predios colindantes para cumplir con la distancia citada.

LUGARES NO PERMITIDOS: No se podrán instalar en los siguientes sitios:

a. De conformidad con lo dispuesto en la Ley 9 de 1989 (Art 5), la Ley 1228 de 2008 (Art 2, 8), Ley 388 de 1997, el Decreto 1077 de 2015, el Acuerdo Municipal 07 de 2019 y demás normas concordantes y reglamentarias, en las áreas que constituyen espacio público, salvo las excepciones contenidas en la normativa nacional vigente y en el presente Acuerdo Municipal.

b. Áreas libres públicas o privadas de un complejo vial y en los elementos constitutivos de una sección vial.

c. Dentro del área de influencia (200 metros radiales) de los Bienes Inmuebles declarados de Interés Cultural -BIC- de carácter Nacional, tomados a partir de los límites establecidos en la respectiva declaración del BIC dictada por el Ministerio de Cultura Nacional o quien haga sus veces y según lo establecido en el Acuerdo Municipal 07 de 2019, y demás disposiciones legales.

d. Sobre la infraestructura, tales como postes de apoyo a las redes eléctricas y telefónicas, puentes, torres eléctricas y cualquier otra estructura de propiedad del Estado.

e. En áreas residenciales o predominantemente residenciales, de acuerdo a lo establecido en el Acuerdo 07 de 2019 o la norma que lo modifique o sustituya.

g. En fachadas, aleros, voladizos, tapasoles, enraíces de las edificaciones y sobre techos terminados en teja de barro y policarbonato.

- h. En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario, tenedor o poseedor;
- i. En las curvas pronunciadas de carreteras y autopistas. Se entiende por curva pronunciada aquella que es inferior a 90°.
- j. En las glorietas, a menos de ochenta (80) metros radiales tomados a partir del punto central de la misma.
- k. En los cerros tutelares, ecoparques, retiro de quebradas, tanto en cobertura como en cauce natural.
- l. En áreas públicas o privadas de un complejo vial y en sus elementos constitutivos de una sección vial.
- m. Tratándose de proyectos inmobiliarios, no se podrá instalar la publicidad exterior visual por fuera del perímetro donde se realice la obra.

CAPITULO IV

DISPOSICIONES DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL DE PROYECTOS INMOBILIARIOS

ARTÍCULO DECIMO PRIMERO. INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL DE PROYECTOS INMOBILIARIOS:

- a. Su área no podrá superar cuarenta y ocho (48 m²) metros cuadrados.
- b. Se deberá respetar una distancia de 80 metros lineales por cada costado de cuadra, esta distancia no aplica entre las vallas de muro o elemento de cerramientos
- c. La distancia entre publicidad exterior visual ubicada en el muro o elemento de cerramiento no podrá ser inferior de ochenta (80m) metros lineales por costado de cuadra.

PARAGRAFO: Todos los proyectos inmobiliarios, inconclusos o con licencias vencidas, deberán retirar la publicidad exterior visual instalada, o la secretaria de gobierno a través de la subdirección de espacio público o la secretaria de Seguridad, Convivencia y justicia, a través de la(s) inspección(es) de policía o quien haga sus, deberá retirarla.

ARTÍCULO DECIMO SEGUNDO. PERMANENCIA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL DE PROYECTOS INMOBILIARIOS. La publicidad exterior visual de obra civil privada y la promocional de proyectos inmobiliarios podrán permanecer durante el periodo de ejecución de la obra y hasta el recibo de la misma por parte de la dependencia competente, sin perjuicio de las facultades de vigilancia y control que le corresponden a la Administración Municipal.

CAPÍTULO V

AUTORIZACIÓN Y CONTROL DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTÍCULO DECIMO TERCERO. REQUISITOS PARA LA SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN. Toda solicitud de registro de publicidad exterior visual deberá acompañarse con lo siguiente:

- a. Formulario solicitud de concepto favorable para instalación de publicidad exterior ante la Secretaría de Planeación o quien haga sus veces.
- b. Nombre y apellidos completos o razón social del solicitante de la publicidad exterior visual sobre la cual se anuncia, con su dirección física y de correo electrónico si la posee, documento de identidad, NIT y demás datos necesarios para su localización.
- c. Dirección exacta del inmueble o terreno donde se ubicará la publicidad exterior visual.

d. Nombre del titular de derechos sobre el inmueble en donde se ubicará o instalará la publicidad exterior visual, con dirección, documento de identidad, NIT, teléfono y demás datos para su localización.

e. Tipo de publicidad, tiempo de permanencia, categoría y contenido

f. Nombre o razón social del anunciante con dirección, documento de identidad, NIT, teléfono y demás datos para su localización, en caso de que se cuente con dicha información.

g. Copia de la autorización o contrato celebrado entre el solicitante de la publicidad exterior visual y los titulares de los derechos sobre inmueble donde se instalará la publicidad exterior visual.

h. Ilustración o fotografías de la publicidad exterior visual y transcripción de los textos que en ella aparecerán, así como sus medidas, en caso de que se cuente con dicha información.

i. Póliza de responsabilidad civil extracontractual, que cubra las contingencias y los daños que puedan causar los elementos instalados, la cual deberá mantenerse vigente mientras se encuentre instalada la publicidad exterior visual.

De acuerdo al numeral 12 del artículo 140 de la Ley 1801 de 2016, la solicitud de permiso debe ser anterior, a la fijación o colocación de la publicidad exterior visual.

Excepcionalmente, en casos de Urgencia Manifiesta, se podrá instalar la publicidad exterior visual, sin la solicitud de permiso, cuando se presenten situaciones relacionadas con los Estados de Excepción; cuando se trate de conjurar situaciones excepcionales relacionadas con hechos de calamidad o constitutivos de fuerza mayor o desastre que demanden actuaciones inmediatas y, en general cuando se trate de situaciones similares que imposibiliten acudir a los procedimientos comunes de permiso, caso en el cual

después de superada la urgencia manifiesta en un término inferior a 2 días hábiles, se deberá realizar la solicitud ante la autoridad competente o el desmonte del elemento publicitario.

PARÁGRAFO PRIMERO: Para el registro de la publicidad exterior visual de promoción y venta de proyectos inmobiliarios se deberá incluir en la solicitud:

a. Copia del acto administrativo que otorga la licencia urbanística.

b. El nombre de la firma constructora, diseñadora o de los profesionales que intervengan en ella.


c. El nombre y teléfono del instalador.

d. Copia del contrato de fiducia suscrito entre la empresa constructora y la empresa fiduciaria.

PARÁGRAFO SEGUNDO: El registro de la publicidad exterior visual en vehículos públicos, distintos a los de servicio público, denominado carro valla, procede cuando contenga mensajes comerciales y excepcionalmente, cuando tengan una dimensión que exceda los ocho (8m²) metros cuadrados que dispone como dimensión máxima la norma de avisos.

El interesado deberá cumplir con los requisitos exigidos para la publicidad exterior visual y deberá relacionar el tipo, clase y placa del vehículo, anexando permiso del propietario del vehículo cuando éste no pertenezca al solicitante, además del concepto emitido por la Secretaría de Movilidad y Tránsito del Municipio de Sabaneta.

PARÁGRAFO TERCERO: A más tardar dentro de los cinco (5) días siguientes a la notificación del acto administrativo que autorice la publicidad exterior visual, el titular de la autorización, deberá allegar a la secretaria de Planeación, copia de la correspondiente garantía de responsabilidad civil extracontractual, documento que hará parte integrante

 Municipio de Sabaneta CONCEJO MUNICIPAL	ACUERDO MUNICIPAL	Código: FO-GPA-04
		Versión: 2
		Fecha de Aprobación: 30/09/2019
		Página 9 de 12

del expediente de solicitud y de acuerdo a lo establecido en el literal i, del presente Acuerdo Municipal.

En caso de no cumplir con lo establecido, se autoriza el desmonte de la publicidad por parte de la Subdirección de Espacio Público, sin que se pierda mérito para iniciar el procedimiento sancionatorio contemplado por la Ley 1801 de 2016, a través de las inspecciones de policía, adscritas a la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia.

PARÁGRAFO CUARTO: Para lograr el cumplimiento de lo establecido en el presente Artículo, se entiende la siguiente estructura de procesos:

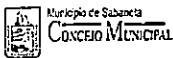
- a. Corresponderá a la secretaria de planeación o quien haga sus veces, adelantar el procedimiento administrativo que establezca la autorización o negación: Para la ubicación, renovación y liquidación, que permite la publicidad exterior visual en los términos establecido por el presente Acuerdo Municipal o por la norma que lo modifique o sustituya.
- b. Corresponderá a la Subdirección de espacio Público, adscrita a la Secretaría de Gobierno o quien haga sus veces, ejercer la vigilancia y control de la publicidad exterior visual autorizada; para ello la Secretaria de Planeación, deberá enviar copia notificada del respectivo acto administrativo que autorice o niegue la publicidad exterior visual en los términos establecido por el presente Acuerdo Municipal o por la norma que lo rige, modifique o sustituya.
- c. Corresponderá a la secretaria de Seguridad, Convivencia y Justicia, o quien haga sus veces, a través de las correspondiente(s) inspección(es) de policía o quien haga sus veces, imponer las sanciones a que haya lugar, en los términos de la Ley 1801 de 2016, en caso de establecerse algún incumplimiento por parte de alguna persona natural o jurídica, de derecho público o privado de establecido en el presente Acuerdo municipal o por la norma que lo modifique o sustituya.
- d. Corresponderá a la Secretaría de hacienda o quien haga sus veces, establecer los valores de liquidación en los términos del Acuerdo municipal 04 de 2014, o de la norma que modifique o sustituya.

ARTÍCULO DECIMO CUARTO: ACTO ADMINISTRATIVO DE AUTORIZACIÓN. El acto por el cual la Administración Municipal autoriza la instalación o colocación de publicidad exterior visual deberá contener cuando menos la siguiente información:

- a. Nombre o razón social del autorizado de la publicidad, junto con su dirección, documento de identidad, Nit y demás datos necesarios para su localización.
- b. Ubicación exacta de la instalación de la publicidad exterior visual.
- c. Un breve recuento de la actuación administrativa seguida en el proceso.
- d. Los elementos de hecho y de derecho que sustentan la decisión.
- e. Decisión de fondo frente a la solicitud de autorización de registro de publicidad exterior visual.
- f. Número de Resolución o de autorización de la publicidad exterior visual.
- g. Los recursos que proceden y el término para interponerlos.

ARTÍCULO DECIMO QUINTO: VIGENCIA DE LA AUTORIZACIÓN: El término de vigencia del registro de la publicidad exterior visual corresponderá a la tipología de la misma, determinada de la siguiente forma:

- a. **Comercial:** Tendrá vigencia definida por el término que se solicite sin superar Un (1) año, prorrogable hasta por seis (6) meses, contados a partir de la notificación del acto administrativo que otorga el registro de publicidad exterior visual del municipio de Sabaneta-Antioquia.

	ACUERDO MUNICIPAL	Código: FO-GPA-04
		Versión: 2
		Fecha de Aprobación: 30/09/2019
		Página 10 de 12

b. **Transitoria:** Es la publicidad que se instala o exhibe con el fin de dar a conocer un espectáculo, evento transitorio y eventos de ciudad. Se podrá instalar previo al evento, hasta por treinta (30) días calendario, incluyendo el término de la duración del evento. Para el caso de la publicidad transitoria de patrocinio, solo se permitirá su exhibición durante el evento hasta su culminación.

c. **De promoción o Venta de Proyecto Inmobiliario:** Tendrá una vigencia igual a la ejecución de la obra y 15 días hábiles más.

ARTÍCULO DECIMO SEXTO: RENOVACIÓN DE LA AUTORIZACIÓN. El responsable de la publicidad exterior visual antes del vencimiento podrá solicitar a la Secretaría de Planeación o quien haga sus veces la renovación de la vigencia del registro, siempre y cuando cumpla con las normas vigentes.

Cada vez que se modifique técnicamente la publicidad exterior visual registrada, dentro de la vigencia del registro deberá informarse a la Secretaría de Planeación o quien haga sus veces.

PARÁGRAFO: Si la publicidad exterior visual se trasladará de lugar, se deberá, en cualquier caso, solicitar el registro de autorización nuevamente.

ARTÍCULO DECIMO SEPTIMO: PÉRDIDA DE LA AUTORIZACIÓN. La autorización de la publicidad exterior visual perderá su vigencia cuando posterior a este, se modifiquen las condiciones normativas o fácticas con las cuales se autorizó el registro;

en cuyo caso, la dependencia competente adelantará las actuaciones respectivas tendientes a las medidas correctivas.

En estos casos, tendrá dos (2) meses para adecuarse a la norma o retirar el elemento. Vencido este término la Secretaría de Gobierno o quien haga sus veces del Municipio de Sabaneta – Antioquia, ordenará al responsable de la publicidad exterior visual su desmonte en un término de tres (3) días hábiles, vencidos los cuales ordenará su remoción a costa del infractor.

ARTÍCULO DECIMO OCTAVO: CONTROL DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. La Subdirección de Espacio Público del Municipio de Sabaneta - Antioquia o quien haga sus veces, llevará el control de la publicidad exterior visual en cuanto a su autorización, requisitos específicos y condiciones de instalación, contenidos y demás normas técnicas contempladas en el presente Acuerdo y la normativa nacional vigente.

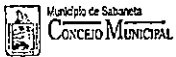
ARTÍCULO DECIMO NOVENO: SANCIONES Y/O MEDIDAS CORRECTIVAS. Por el incumplimiento de estas disposiciones el alcalde, o quien éste delegue, mediante resolución motivada impondrá la sanción que esté estipulada en la Ley 1801 de 2016 código Nacional de Policía o las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan.

La multa se impondrá al responsable de contrariar la normatividad vigente en la materia.

ARTÍCULO VIGECIMO: RETIRO O DESMONTE DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR. La publicidad exterior visual que sea removida por la Administración Municipal y no sea reclamada por el propietario dentro de los cuarenta (45) días calendarios siguientes a la fecha de la ejecutoria de la resolución que ordene su remoción, podrá ser donada por la Administración Municipal a un establecimiento de asistencia social.

El desmonte estará a cargo de los obligados, en este orden de prioridad:

- a. Comercializador.
- b. Anunciante.
- c. Propietario de la estructura.

	ACUERDO MUNICIPAL	Código: FO-GPA-04
		Versión: 2
		Fecha de Aprobación: 30/09/2019
		Página 11 de 12

En caso de incumplimiento del desmonte del elemento, será la Subdirección de Espacio Público del Municipio de Sabaneta, o quien haga sus, hará el desmonte a costas del infractor, caso en el cual la Administración Municipal no se responsabiliza del deterioro o daño en los mismos, generado por la morosidad del propietario en su retiro y reclamación. Los costos de bodegaje también estarán a cargo del propietario de los elementos retirados.

La violación de las disposiciones normativas aplicables a la publicidad exterior visual dará lugar a la imposición de sanciones, a cualquiera de los sujetos vinculados a la actividad.

PARAGRAFO PRIMERO: Cuando el desmonte se realice por parte de la Subdirección de Espacio Público en los términos contemplados en el presente artículo. El titular de la autorización y/o propietario de la publicidad exterior visual, será responsable del pago del desmonte y bodegaje del mismo.

PARAGRAFO SEGUNDO: Corresponderá a la secretaria de Seguridad, Convivencia y Justicia o quien haga sus veces a través de la(s) inspección(es) de policía la aplicación del presente artículo en los términos de la Ley 1801 de 2016.

CAPÍTULO VI

DISPOSICIONES FINALES

ARTÍCULO VIGECIMO PRIMERO: TRANSITORIEDAD. La publicidad exterior visual que cuente con autorización a la entrada en vigor del presente Acuerdo, dispondrá de un plazo improrrogable de seis (6) meses para solicitar la autorización según las disposiciones contenidas en el presente Acuerdo.

Cuando dos (2) o más elementos de publicidad exterior visual ya instalados, busquen su actualización en virtud de este Acuerdo y por lo tanto soliciten autorización, en el mismo sitio o sean excluyentes el uno del otro, se tendrá en cuenta la antigüedad del permiso o registro que amparaba su ubicación después de valorar su legalidad.

En el evento que no posea autorización anterior, se tendrá en cuenta el orden de presentación de la solicitud.


Para llevar a efecto lo anterior, el responsable de la publicidad exterior visual en mención deberá presentarse a la Secretaría de Planeación o quien haga sus

veces, con el fin de acreditar las respectivas autorizaciones y hacer efectivo lo dispuesto en este artículo.

La publicidad exterior visual que, a la fecha de entrada en vigencia del presente Acuerdo, se encontraba autorizada y la cual en aplicación de la nueva reglamentación no podrá obtener el registro por encontrarse prohibida, podrá permanecer hasta dos (2) meses luego de entrar en vigencia la presente reglamentación.

PARÁGRAFO: La publicidad exterior visual que no cuente con ningún tipo de autorización o permiso deberá ser registrada dentro de un plazo no mayor a tres (3) meses a solicitud del anunciante.

Las solicitudes de autorización se evaluarán teniendo en cuenta lo estipulado en este acuerdo, vencido este plazo la publicidad visual que no esté registrada se le aplicará las sanciones y/o medidas correctivas establecidas en el presente Acuerdo y en la Ley 1801 de 2016 o las que la modifiquen y/o deroguen.

	ACUERDO MUNICIPAL	Código: FO-GPA-04
		Versión: 2
		Fecha de Aprobación: 30/09/2019
		Página 12 de 12

ARTÍCULO VIGECIMO SEGUNDO: DEROGATORIA DE AUTORIZACIÓN. Seis (6) meses después de la entrada en vigencia del presente Acuerdo Municipal, se entenderán derogados todos los registros y/o permisos de publicidad exterior visual anteriores al mismo, en concordancia con lo establecido en el artículo anterior, por tanto, antes del vencimiento de este término deberán tramitarse ante la Secretaría de Planeación del Municipio de Sabaneta – Antioquia o quien haga sus veces las nuevas autorizaciones de la publicidad exterior visual que cumplan con los requisitos establecidos en el presente acuerdo.

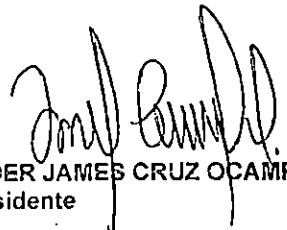
ARTÍCULO VIGECIMO TERCERO: OBLIGATORIEDAD. Considerado este Acuerdo en su conjunto en cada uno de los títulos, capítulos y artículos de que se compone, forma la regla establecida por el Concejo Municipal de Sabaneta en virtud de sus competencias constitucionales propias para dictar normas para la protección al ambiente y del paisaje, conforme a lo señalado por los artículos 313 y 330 de la Constitución Política de Colombia, a la cual es un deber de los particulares y las autoridades Municipales ajustarse.

ARTÍCULO VIGECIMO CUARTO: REGLAMENTACIÓN. Facúltese al Alcalde Municipal para reglamentar el presente Acuerdo municipal dentro de los seis (6) meses siguientes a su sanción y publicación legal.


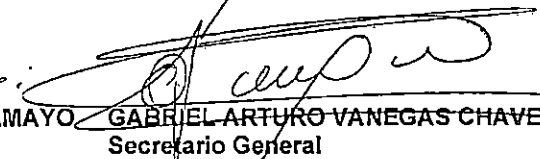
PARAGRAFO: La presente facultad protempore, se extiende a los elementos excluidos por el Artículo 15, inciso 3° de la Ley 140 de 1994

ARTÍCULO VIGECIMO QUINTO: VIGENCIA Y DEROGATORIA. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su sanción y publicación legal, deroga el Acuerdo Municipal N°. 021 de 1998 y todas las disposiciones que le sean contrarias.

Dado en Sabaneta a los treinta (30) días del mes de agosto del año Dos Mil Veintiuno (2021), después de haber sido discutido y aprobado en los dos debates legales, pasando en primer debate por la comisión conjunta primera, segunda y tercera, en la fecha 24 de agosto del año 2021 y segundo debate en plenaria, en la fecha 30 de agosto del año 2021


ALDER JAMES CRUZ OCAMPO
 Presidente


ANGEL FABRICIO HEMAO
 Vicepresidente primero



OSCAR DANIEL GALEANO TAMAYO **GABRIEL ARTURO VANEGAS CHAVERRA**
 Vicepresidente Segundo Secretario General

Recibido hoy 3 de Septiembre del 2009
a despacho del señor Alcalde.
CBM
Secretario

ALCALDÍA MUNICIPAL
Saque número 03 de Septiembre del 2009
PUBLIQUESE Y EJECUTESE
En doble ejemplar remitido a la Gobernación
del Departamento para su revisión.
El Alcalde, _____
CBM
El Secretario, _____