

Alcaldía Municipal
Montería
RECIBIDO
Fecha 31-07-2019
Hora 04-19
Firma Harcelo
No Radicado



*Manu
No PYROS*

DECRETO N° 1198

Por el cual se reglamenta la publicidad exterior visual, los avisos publicitarios, los relojes digitales, los elementos de protección y cerramiento con avisos publicitarios, en el Municipio de Montería y se dictan otras disposiciones

EL ALCALDE DE MONTERIA,

En uso de sus facultades legales, en especial de las conferidas por las Leyes 136 y 140 de 1994 y la Ley 769 de 2002 y

CONSIDERANDO QUE:

1. La Constitución Política en sus artículos 63, 79 y 82 preceptúa que los bienes de uso público cuentan con la calidad de ser inalienables, inembargables e imprescriptibles, el derecho que tienen las personas, de gozar de un ambiente sano y la obligación del Estado, a la conservación y preservación del medio ambiente, el espacio público y su destinación al uso común.
2. Mediante la Ley 140 de 1994 se establecieron las condiciones generales para la realización de la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional. El literal c del artículo 3 determina que corresponde a los Concejos establecer los lugares donde se prohíba su ubicación.
3. Que el Acuerdo 018 de 2002 Por el cual se adopta el Plan de Ordenamiento Territorial para el Municipio de Montería, establece en sus artículos 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352 y 353 las disposiciones para la instalación de publicidad exterior visual conforme a lo dispuesto en la ley 140 de 1994.
4. Que el Decreto 503 DE 2011, por medio del cual se adopta la cartilla de espacio público para el municipio de Montería, que consta de los siguientes temas: instrucciones para el medio ambiente, sistemas hídricos, zonas recreativas de uso público, vegetación, elementos de conservación, tratamientos viales, conformación de las manzanas y mobiliario urbano y señalización.
5. La Corte Constitucional en Sentencia C – 535 de 1996, precisó que la Ley 140 de 1994 contiene las disposiciones normativas básicas de protección al medio ambiente, por lo que corresponde a las entidades territoriales desarrollar la regulación y reglamentación de manera específica de la publicidad exterior visual, en atención a lo preceptuado en los artículos 313 y 330 de la Constitución Política.
6. Corresponde actualizar dicha normatividad a las dinámicas de publicidad exterior visual Y avisos publicitarios presentes en el Municipio de Montería, con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Montería, mediante la Descontaminación visual, la protección del espacio público, la integridad del medio ambiente y la seguridad vial; propendiendo por la generación de recursos para el

Sostenimiento y la cualificación del paisaje.

7. Es necesario reconocer y regular prácticas publicitarias novedosas, que incorporen los elementos digitales y las nuevas tecnologías.

TITULO I

GENERALIDADES

ARTÍCULO 1. OBJETO. Mediante el presente Decreto se establecen las determinantes requeridas para la instalación, localización, regulación, vigilancia, control y gestión de la publicidad exterior visual, los avisos publicitarios, los relojes digitales, así como la instalación de elementos de protección y cerramiento con avisos publicitarios, en el territorio municipal.

ARTÍCULO 2. DEFINICION DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. De conformidad con lo definido en los artículos 1 y 15 de la Ley 140 de 1994, la 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, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas.

La valla comercial para el Municipio de Montería debe tener un tamaño mínimo de 8 metros cuadrados y tampoco puede ser mayor a 48 metros cuadrados.

PARAGRAFO: No se considera publicidad exterior visual para efectos del presente Decreto:

1. La señalización vial.
2. La información de sitios históricos, turísticos y culturales, y aquella información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo de las entidades Estatales 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.
3. La nomenclatura urbana o rural.
4. Las expresiones artísticas como pinturas o murales, siempre que no contengan Mensajes comerciales, elementos o referencias a la marca o el nombre del patrocinador.
5. Elementos de divulgación política y propaganda electoral de conformidad con la Ley

- 130 de 1994 o la norma que la modifique, complemente o sustituya.
6. Publicidad institucional con fines exclusivos de interés general.

ARTÍCULO 3. DEFINICION DE AVISOS PUBLICITARIOS. Es el elemento con las mismas características de la publicidad exterior visual, pero con un área inferior a ocho (8) metros cuadrados, no sujeto a registro pero sí a aprobación y control de la entidad competente.

ARTÍCULO 4. AMBITO DE APLICACIÓN. Según las determinantes establecidas en el presente Decreto, el Plan de Ordenamiento Territorial y sus instrumentos complementarios, en el marco de formulación e implementación de proyectos que propendan por la cualificación y sostenibilidad del paisaje y el patrimonio, la publicidad exterior visual podrá ubicarse en los sitios permitidos en la zona urbana y rural de Montería, en bienes inmuebles públicos y privados y en las áreas de reglamentación especial que se determinen.

TITULO II

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

CAPITULO I

NORMAS GENERALES DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTÍCULO 5. CARACTERISTICAS DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Los elementos constitutivos de publicidad exterior visual, deberán cumplir con las siguientes características:

1. Material resistente a la intemperie.
2. Ensamble sobre estructura metálica u otro material estable, instalada con sistemas fijos resistentes a los fenómenos de la naturaleza.
3. Todo elemento de publicidad exterior visual (valla) debe tener una parrilla como medida de seguridad con el fin de dar soporte corporal y contar con una línea de vida horizontal en acero con alma de acero de diámetro nominal igual o mayor a 5/16" (7,9mm) a nivel de la parrilla y a nivel superior de la valla que permita el Anclaje para las adecuadas exigencias según lo dispuesto en el Artículo 15. "Sistemas de Ingeniería para Prevención de Caídas" y Artículo 22° "Clasificación de las medidas de protección contra caídas" numeral (2) literal (a) y literal (c). de la Resolución 1409 del 2012 "por la cual se establece el Reglamento de Seguridad para protección contra caídas en trabajo en alturas", o la norma que lo adicione,

Modifique o sustituya. En todo caso, el comercializador o instalador del elemento publicitario asumirá los riesgos eventuales derivados de la instalación del elemento y sus medidas de seguridad, mediante la constitución de la póliza respectiva.

4. La estructura portante deberá acoger las normas técnicas de sismo resistencia NSR 10, o la norma que adicione, modifique y/o sustituya.
5. Toda valla comercial cuya publicidad por mandato de la ley 140 de 1994 requiera un mensaje específico referente a salud, medio ambiente, cultural y/o cívico, Deberá dedicar como mínimo, el veinte por ciento (20%) de su área total o del tiempo de exposición cuando sean electrónicas, a la inclusión de mensajes institucionales. Estos mensajes serán definidos por la Administración Municipal, quien establecerá un protocolo que permita determinar la duración, periodicidad, materiales y demás aspectos para el cumplimiento de la obligación legal.

En sitios cercanos a zonas arborizadas, paisajes culturales, artísticos y paisajísticos se utilizarán materiales acorde a su entorno; los cuales serán establecidos por la Secretaría de Planeación Municipal.

6. Leyendas, dibujos e imágenes:
 - a) Los textos deben aparecer escritos en un lenguaje comprensible de acuerdo a los destinatarios de mensaje. Se exceptúa lo referente a nombres de personas naturales o jurídicas, los protegidos por el registro de marcas y las razones sociales.
 - b) Los textos deben permitir una lectura cómoda por parte de los destinatarios.
 - c) En la Avenida Circunvalar, Avenida Primera, Calle 41, Variante Terminal-Mocari y demás vías arterias, los dibujos no podrán ser de interpretación complicada, Ni tener movimiento propio o dar alusión del mismo, ni ser electrónicas. Esta restricción se extenderá a aquellas vallas que pese a no estar ubicadas al costado de estas vías, su visual esté orientada a las mismas.
 - d) Las leyendas y dibujos no se deben confundir con las señales o marcas de tránsito.
7. No deberán emplear lenguaje o imágenes que inciten a la violencia contra personas o grupos, por razón de su género, raza, orientación sexual o identidad cultural, ni que atenten contra sus derechos constitucionales.
8. No deberán contener lenguaje o imágenes que atenten contra la moral, el orden

Público, ni constituir actos de competencia desleal.

9. Deberá contener en el borde inferior izquierdo, el nombre y el número telefónico y dirección electrónica del comercializador, además el número y fecha del registro de autorización otorgado por la Secretaria de Planeación Municipal o quien haga sus veces.
10. 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 los requisitos establecidos para su instalación, uso y pago.
11. Al momento de la instalación se deberá respetar la arborización existente, es decir, no deberá requerirse de tala o poda de ningún árbol. Si con posterioridad a la instalación del elemento publicitario, se presenta una interacción con algún elemento arbóreo, para la permanencia del elemento publicitario, deberá obtenerse los permisos de poda, tala o aprovechamiento del árbol, según sea el caso, ante la autoridad ambiental competente.
12. No podrá interrumpir las visuales de los miradores panorámicos, ni de los elementos de valor patrimonial, cultural o histórico declarados en los niveles Nacional y municipal.
13. 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 valla será de ochenta (80) metros lineales por costado de cuadra en área urbana y en zona rural la distancia será de 250 metros lineales. Dentro de los dos (2) kilómetros de carretera siguiente al límite urbano, podrá colocarse una valla cada doscientos (200) metros lineales en el mismo costado de la vía; después de este kilometraje, se podrá instalar una (1) valla cada doscientos cincuenta (250) metros lineales por costado de vía.
14. Podrán instalarse hasta dos (2) vallas contiguas en un mismo lugar del suelo urbano, soportada en una misma estructura fija, que proyecten diferentes visuales desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas, donde la distancia mínima con las

Próximas no sea inferior a ochenta (80) metros, en el mismo costado de cuadra.

- 15 La valla que se encuentre ubicada en la misma manzana, pero por diferente costado de cuadra, deberá respetar los 80 metros radiales, toda vez que se proyecte a una misma vía.
- 16 De conformidad con lo dispuesto en el Artículo 8 de la Ley 1228 de 2008 y demás normas que la adicionen, modifiquen o sustituyan, la publicidad exterior visual que se instale en vías nacionales de primer, segundo y tercer orden del suelo rural, identificadas en el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), deberá guardar una distancia de sesenta (60) metros, cuarenta y cinco (45) metros y treinta (30) metros, respectivamente. El metraje determinado en este artículo se tomara la mitad a cada lado del eje de la calzada.
- 17 La publicidad exterior visual en zonas urbanas, deberá estar a una distancia mínima de 10 metros a partir del borde de la calzada en vías arteriales o principales según lo determine el Pot, o las normas que lo reglamenten.
- 18 En predios privados construidos y no construidos todos los elementos de la publicidad exterior visual (vallas) se deberán instalar a partir de la línea de Paramento hacia el interior, acorde al alineamiento.
- 19 Para la fijación de Publicidad Exterior Visual en las áreas libres de los equipamientos de recreación y deporte, es necesario cumplir con toda la normativa presente en este Decreto y adicionalmente con los siguientes requisitos:
 - a) Respetar el alineamiento de las vías, dejando una distancia mínima de dos (2) metros de retiro desde la línea de paramento.
 - b) Estar por fuera de las áreas ornamentales y de circulación.
 - c) En las áreas libres públicas del equipamiento, sólo se permitirá la instalación de Publicidad Exterior Visual institucional y señalización vial, peatonal e informativa.
 - d) La señalización deberá demarcar: accesos, salidas, baños públicos y diferentes graderías.
 - e) El panel de información y orientación peatonal deberá contener el nombre y la localización de las edificaciones al interior de los equipamientos de recreación y deporte.
 - f) El aviso de identificación de cada equipamiento de recreación y deporte, debe contener: la localización y el nombre de la edificación, nombre del municipio, entidad administradora, nombre de las ligas que tienen sede en el

- Equipamiento, los eventos a realizarse, capacidad de aforo, horarios y tarifas.
- g) En caso de que la instalación de la Publicidad Exterior Visual y la señalización se hagan bajo alguna modalidad de contraprestación, el 20% del área total de la Publicidad Exterior Visual se podrá destinar a mensajes publicitarios.
 - h) En caso de que existan 5 o más vallas por unidad deportiva, una (1) de cada cinco (5) deberá tener el 100% de su área destinada a mensajes institucionales, cívicos, educativos y ambientales.
 - i) La colocación de Publicidad Exterior Visual publicitaria permanente y transitoria en los pasillos o en interiores de edificaciones, estará sometida a la autorización del ente municipal administrador del escenario.
 - j) El ente municipal administrador de los equipamientos de recreación y deporte, se reservará el derecho de autorizar, previa solicitud, otro tipo de publicidad (pancartas, pasacalles, etc.), que se tengan que ubicar dentro del equipamiento, durante un evento deportivo y con una duración no superior a un (1) mes.
- 20 La instalación de la publicidad exterior visual y avisos publicitarios en los equipamientos colectivos de la Ciudad, deberá cumplir con las determinantes de la Presente reglamentación y las del Plan de Ordenamiento Territorial vigente y sus disposiciones complementarias.
- 21 Deberá tener un adecuado mantenimiento, de tal forma que no presente condiciones de suciedad, inseguridad o deterioro. Su incumplimiento será causal de retiro de la publicidad por parte del agente responsable, de conformidad con lo establecido en el presente Decreto.
- 22 La publicidad exterior visual podrá instalarse en medios convencionales o en Medios digitales, acorde con la reglamentación contenida en el presente Decreto.
- 23 La publicidad exterior visual que incorpore medios electrónicos y/o digitales, deberá incorporar plataformas tecnológicas en cada instalación que aporten mejoramiento en la calidad de vida, la sostenibilidad, el medio ambiente y la seguridad ciudadana.

ARTÍCULO 6. DIMENSIONES DE VALLAS. La publicidad exterior visual que sea igual o superior a 8 metros cuadrados se denomina valla, de conformidad con la Ley 140 de 1994. Las dimensiones serán:

1. En suelo Rural:

- a) De conformidad con la Resolución 002444 de 2003 del Ministerio de Transporte, "Por la cual se reglamenta la ubicación, colocación, características y medidas de las vallas publicitarias y promocionales, letreros y avisos" o aquella que la modifique, complemente o sustituya, el área máxima de la valla dentro del Municipio de Montería, será de sesenta (60) metros cuadrados y la longitud máxima será de doce (12) metros lineales.
- b) La altura mínima del borde inferior de la valla con respecto al nivel de la superficie que le sirve de cimiento al elemento, será de tres (3) metros lineales.
- c) La distancia mínima en relación con el cruce de ferrocarriles, puentes, retenes y curvas pronunciadas será de doscientos cincuenta (250) metros; entiéndase que en el total del perímetro de la curva pronunciada no podrá contener ningún elemento publicitario; solo se permitirá la instalación de estos elementos, siempre que se respete una distancia de 250 metros con respecto al punto inicial o final de la curva.

2. En suelo Urbano:

- a) El área máxima de la valla dentro del Municipio de Montería, será de cuarenta y ocho (48) metros cuadrados.
- b) La altura mínima del borde inferior de la valla con respecto al nivel del suelo será de dos con cincuenta (2,50) metros.
- c) Respetar el alineamiento de las vías, dejando una distancia mínima de 2 metros de retiro ^[1]_[SEP] teniendo en cuenta la línea de paramento.
- d) La altura máxima en relación con el borde superior de la valla, con respecto al nivel del suelo, será de catorce (14) metros, sin perjuicio de las restricciones que impongan las normas de la Aeronáutica Civil.

En todo caso, para efectos de la instalación deberá contarse con los estudios de suelo y cimentación suscritos por profesionales idóneos, a partir de los cuales el propietario pueda garantizar la estabilidad de la estructura.

Estos estudios se anexaran a la solicitud de registro, sin embargo, ello no implica que el Municipio de Montería asuma responsabilidad alguna por las fallas en la estructura o su

Instalación, las cuales serán asumidas por el propietario, mediante la suscripción de la Póliza de responsabilidad civil extracontractual respectiva.

PARAGRAFO: Cuando la valla tenga forma irregular, el área se calculará multiplicando la altura de ésta, desde el borde inferior hasta el borde superior, por el ancho que tengan en su mayor extensión.

ARTÍCULO 7. TEMPORALIDAD DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. La Publicidad Exterior Visual que cumpla con las condiciones prevista en la Ley 140 de 1994, las demás normas nacionales, el presente Decreto, El Plan de Ordenamiento Territorial (POT) y demás normas municipales, podrá permanecer instalada por un (1) año o por el termino inferior que se haya solicitado, teniendo en cuenta su carácter de permanencia o transitoriedad, según lo definido en el presente Decreto, sin perjuicio de la facultades de vigilancia y control que le corresponden a la Administración Municipal.

CAPITULO II CLASIFICACION DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTÍCULO 8. SEGÚN SU FINALIDAD: La publicidad exterior visual se clasifica de acuerdo al objeto o finalidad, en las siguientes:

1. **VALLA COMERCIAL:** Publicidad cuyo fin es informar o promocionar una empresa, Producto, bien o servicio.
2. **VALLA DE OBRA CIVIL PROMOCIONAL:** Publicidad que se instala en el lugar de ejecución de la obra y cuyo mensaje la describe, de conformidad al contrato de obra.
3. **VALLA DE PROMOCIÓN O VENTA DE PROYECTOS INMOBILIARIOS:** Publicidad del proyecto que se instala en el lugar de ejecución, con el fin de informar y promocionar su construcción y venta.

PARAGRAFO: Las vallas deberán guardar la distancia reglamentaria entre sí, según su finalidad.

ARTÍCULO 9. SEGÚN LA PERMANENCIA. La publicidad exterior visual se clasifica, de acuerdo a su permanencia en el tiempo, en los siguientes elementos:

1. **DE CARÁCTER TEMPORAL:** Es la publicidad exterior visual que difunde un mensaje comercial y se podrá instalar como máximo por un año, prorrogable previa

Viabilidad otorgada por la administración municipal. La de proyectos inmobiliarios En construcción o venta y la de obras civiles tendrá una clausula acorde al tiempo de su ejecución.

2. **DE CARÁCTER 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, máximo treinta días calendario, siempre que dicho tiempo haga parte de la duración del evento y el lapso de exposición no sobrepase la duración del mismo. En caso de la publicidad transitoria de patrocinio, solo se Permitirá su exhibición desde el momento de inicio del evento hasta su culminación.

ARTÍCULO 10. SEGÚN SU ESTRUCTURA Y CARACTERÍSTICAS DE DISEÑO. La publicidad exterior visual se clasifica, de acuerdo a sus especiales características de estructura y diseño, en los siguientes elementos:

1. Planas, unilaterales, bilaterales o contiguas.
2. Tridimensionales o volumétricas.
3. Con movimiento propio.
4. Con relieve.
5. Articulada.
6. Con transparencia.
7. De conjunto.
8. Electrónica y/o Digital.
9. De un apoyo.
10. Cualquier otro medio o elemento que se ajuste a la definición de publicidad exterior visual dada en el presente Decreto.

PARÁGRAFO 1: Con el fin de calcular fácilmente las dimensiones de la publicidad exterior visual en elementos volumétricos y tridimensionales, el área final corresponderá a la sumatoria de cada una de sus caras en su máxima extensión, de tal forma que pueda establecerse en metros cuadrados y en ningún caso podrá superar 48 metros cuadrados de área total.

PARAGRAFO 2: Cuando la publicidad este contenida en un medio electrónico o digital, no podrá presentar imágenes o mensajes con movimiento constante. El cambio de mensaje o imagen, deberá efectuarse en intervalos mínimos de 10 segundos.

ARTÍCULO 11. SEGÚN SU INSTALACIÓN. La publicidad exterior visual se clasifica, de

Acuerdo a sus condiciones de instalación, en los siguientes elementos:

1. **FIJAS:** Publicidad instalada con una estructura fija empotrada y/o adherida.
2. **MOVILES:** Publicidad exterior visual (valla) que se moviliza en vehículos motorizados y no motorizados, fijada, instalada o adherida al medio de exhibición de la misma.

CAPITULO III

NORMAS ESPECÍFICAS DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL SEGÚN SU CLASIFICACION

Sección I

Valla Comercial

ARTÍCULO 12. CARACTERISTICAS. Se aplican las características establecidas en el artículo 5° del presente Decreto.

ARTÍCULO 13. LOCALIZACION: Para la instalación de las vallas comerciales se deberá tener en cuenta lo siguiente:

1. **SITIOS PERMITIDOS** Se podrá colocar publicidad exterior visual en todos bienes de propiedad privada del territorio municipal, de conformidad con la norma vigente, cumpliendo con lo siguiente:
 - a. **En lotes no construidos con frente a vías de uso o dominio público, en las áreas libres privadas de los lotes construidos, en las culatas o muros medianeros y en las terrazas de las edificaciones.** Se podrá instalar siempre y cuando no supere sus costados laterales y no interfiera con los sectores residenciales.
 - b. **En el área de influencia de Inmuebles declarados patrimonio nacional.** Respetar Doscientos (200) metros de distancia a los inmuebles declarados como Bienes de Interés Cultural -BIC- del ámbito nacional y/o Municipal.
 - c. **Red peatonal de ciudad.** Se permite la instalación de publicidad exterior visual en las áreas privadas que dan frente a los ejes viales de uso peatonal o mixto, sin propiciar distracción vehicular y sin alterar las condiciones de comodidad y seguridad del peatón. Cuando estos ejes coincidan con corredores construidos de importancia ambiental prevalece este último y lo establecido para dichos corredores.

- d. **En las estaciones de servicio y en los parqueaderos** para visitantes de los establecimientos ubicados en áreas comerciales, se podrán instalar vallas de la línea de paramento hacia dentro a razón de una (1) por cada frente y con Sujeción a las normas generales y respetando las áreas de circulación vehicular y peatonal, así como las de parqueo.
- e. **Las culatas adosadas a un muro medianero que no presentan registro a predios colindantes** y, que por dichas características no se consideran fachadas y por lo tanto no son áreas constitutivas del espacio público
- f. **En las terrazas y cubiertas 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.
- g. **En los recintos destinados a la presentación de espectáculos públicos**, los paraderos de los vehículos de transporte público y en los elementos del amoblamiento urbano, de conformidad con el literal a) del artículo 3 de la Ley 140 de 1994.
- h. **En las estaciones de servicio y en los parqueaderos** para visitantes de los establecimientos ubicados en áreas comerciales, se podrán instalar vallas de la línea de paramento hacia dentro a razón de una (1) por cada frente, con sujeción a las normas generales y respetando las áreas de circulación vehicular, peatonal y ciclorutas.
- i. La Publicidad Exterior Visual con tipología de valla electrónica y/o digital podrá localizarse en suelo urbano siempre y cuando no esté en funcionamiento entre las 21:00h y las 06:00h del día siguiente.

2. **SITIOS PROHIBIDOS:** 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, la Resolución 002444 de 2003 del Ministerio de transporte 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 Decreto.

- b. Dentro del área de influencia (200 metros radiales) de los Bienes de Interés Cultural -BIC- del nivel Nacional, tomados a partir de todas las fachadas y en dichas edificaciones, según lo establecido en los Acuerdos 018 de 2002 y 029 de 2010 y/o las normas que lo adiciones, modifiquen o sustituyan en cualquier ámbito.
- c. En las edificaciones declaradas como bienes de Interés Cultural -BIC- según lo establecido en el Acuerdos 018 de 2002 y 029 de 2010 y/o las normas que lo adiciones, modifiquen o sustituyan en cualquier ámbito.
- d. Sobre la infraestructura vial y de servicio público, tales como puentes vehiculares, torres eléctricas, postes, así como sobre cualquier otra estructura de propiedad del estado.
- e. En áreas de uso residencial neto establecidas en el Plan de Ordenamiento Territorial y demás disposiciones legales.
- f. En fachadas, aleros, voladizos, tapasoles, marquesinas, enraques de las Edificaciones, terrazas y cubiertas de las edificaciones, sin perjuicio de lo establecido en el literal i) del numeral primero del presente Artículo.
- g. En predios construidos, con excepción de las áreas libres privadas.
- h. Áreas libres públicas o privadas de un complejo vial y en los elementos constitutivos de una sección vial.
- i. En las curvas pronunciadas de carreteras y autopistas. Se entiende por curva pronunciada aquella que es inferior a 30°.
- j. En área urbana a menos de cien (100) metros radiales de las glorietas, tomados a partir del borde exterior de la misma; y en área rural a menos de ochenta (80) metros radiales de las glorietas, tomados a partir del borde exterior de la misma.
- k. En lotes y terrazas de construcciones que se encuentren a una altura mayor de Trece metros (13mts) en el cono de aproximación del aeropuerto Los Garzones, según lo establecido por la Aeronáutica Civil.

- l. Sierra chiquita, parques, retiro de quebradas, canales pluviales, humedales, retiros del río Sinú y de sus afluentes tanto en cobertura como en cauce natural.
- m. La publicidad exterior visual no podrá interferir con el paisaje y el patrimonio, respetando las visuales, en el marco de formulación, adopción e implementación de los proyectos del Plan de Ordenamiento Territorial y el Plan de Desarrollo vigente. Las disposiciones aquí contenidas están orientadas al control de los impactos negativos sobre elementos que tienen que ver con la geomorfología, conforme con las características del suelo, con las características de los diferentes paisajes sin producir alteraciones que rompan el equilibrio establecido por la naturaleza, evitando modificaciones drásticas a la topografía, al curso de las fuentes de agua, el taponamiento de corrientes naturales y escorrentías, la modificación topográfica de cerros, respetar la cobertura vegetal en áreas de valor paisajístico y ambiental, por lo que será necesario proteger y conservar los elementos naturales y del espacio público. El desarrollo constructivo de toda edificación debe obedecer a la potencialidad que ofrece el paisaje, es decir, su respuesta formal debe enriquecerlo, controlando las alturas, la ocupación, el manejo de fachadas y evitando que los cerramientos aislen el desarrollo del entorno circundante.
- n. De conformidad con lo dispuesto en el literal c) del artículo tercero de la Ley 140 de 1993, se prohíbe la ubicación de publicidad exterior visual en el Centro Tradicional y Representativo de la Ciudad, en los términos de la delimitación establecida en los Acuerdos 018 de 2002 y 029 de 2010 o la norma que lo adicione, modifique o sustituya, con excepción de los elementos publicitarios que se dispongan en el marco de los programas y proyectos del aprovechamiento económico del Espacio Público, que adelante la Administración Municipal con destino a el mantenimiento de espacio público, parques, así como la recuperación del paisaje urbano y el patrimonio cultural.

PARAGRAFO 1: Las situaciones preexistentes contrarias a estas disposiciones, deberán ser Objeto de programas y proyectos de recualificación y mejoramiento del espacio público y descontaminación visual.

PARÁGRAFO 2: La Administración Municipal tendrá la potestad de requerir o dar por terminado el registro en el momento en que lo requiera de acuerdo con las restricciones impuestas por del Plan de Ordenamiento Territorial vigente y sus instrumentos

Complementarios. Cada vez que se produzca cambio de normatividad, se modifique o traslade la publicidad exterior visual registrada, o se venza el término de vigencia del mismo, se deberá obtener un nuevo registro o su actualización.

Cuando la publicidad exterior visual se encuentre registrada, el responsable de la misma podrá solicitar a la Secretaria de Planeación Municipal, la prórroga de la vigencia del registro siempre y cuando cumpla con las normas vigentes.

ARTÍCULO 14. TEMPORALIDAD DE LA VALLA. La valla comercial que cumpla con las condiciones previstas en la Ley 140 de 1994 y con el presente Decreto, podrá permanecer instalada durante la vigencia del registro, el cual no será superior a un (1) año.

ARTÍCULO 15. INSTALACIÓN DE LA VALLA COMERCIAL: Para la instalación de las vallas comerciales, deberán aplicarse las siguientes disposiciones:

1. Se podrá instalar a partir del tercer piso en terrazas, culatas y muros medianeros sin Exceder sus bordes más extremos a partir del tercer piso acabado.
2. La valla comercial en muros medianeros del mismo inmueble, podrán instalarse hasta dos (2) vallas contiguas soportada en una misma estructura fija, que proyecten diferentes visuales hacia las vías de uso o dominio público
3. La estructura de la valla comercial no podrá exceder la dimensión de culatas y muros medianeros tanto en ancho como en su altura.
4. En terrazas no se podrán superar sus costados laterales y deberá estar anclado a la misma.
5. Será necesario tener en cuenta las normas generales para su instalación, en concordancia con las siguientes proporciones:

En terrazas:

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

En muros medianeros y culatas:

| Altura en pisos | Área en Metros Cuadrados |
|-----------------|--------------------------|
| A partir 2 | 12 |
| A partir 3 | 24 |
| A partir 4 | 32 |
| A partir 5 | 40 |
| A partir 6 | 48 |

Sección II

Valla de obra civil promocional y valla de proyectos inmobiliarios en construcción, promoción y venta

ARTÍCULO 16. CONTENIDO. La valla que se ubique en el interior de la obra civil y del proyecto inmobiliario deberá contener la siguiente información:

1. El acto administrativo que otorga la licencia de construcción, urbanización, parcelación o el contrato de obra civil suscrito.
2. La firma constructora que intervengan en ella.
3. En aplicación de lo establecido en el Decreto 1077 de 2015 o la norma que lo adicione, modifique o sustituya, toda valla con el objeto de comercializar vivienda debe cumplir con la obligación de insertar en el texto del mensaje, la resolución o radicado que autoriza la venta, la fecha, entre otros.

ARTÍCULO 17. DIMENSIONES. Las vallas de obra civil promocional y de proyectos inmobiliarios en construcción, promoción y venta, deberán cumplir con las siguientes dimensiones:

DE OBRA CIVIL PROMOCIONAL

- a) la publicidad podrá estar por cada costado de cuadra a razón de una y siempre y cuando no supere el área máxima permitida.
- b) En suelo rural la distancia mínima del borde de la calzada más cercana al borde más extremo de la valla es de 15.00 m lineales.

VALLA DE PROYECTOS INMOBILIARIOS EN CONSTRUCCIÓN, DE PROMOCION Y VENTA.

- a) Su área no podrá superar cuarenta y ocho (48) metros cuadrados.

- b) La distancia entre vallas ubicadas en el muro o elemento de cerramiento no podrá ser inferior de ochenta (80) metros lineales por costado de cuadra.
- c) Se deberá respetar la misma distancia entre las vallas de obra ubicadas dentro de la construcción; esta distancia no aplica entre las vallas de muro o elemento de cerramiento y las del interior de la obra.
- d) Si existiera un contrato de fiducia, la fiduciaria podrá instalar una valla de veinticuatro (24) metros cuadrados sin perjuicio de lo dispuesto con respecto a las distancias que contempla la presente reglamentación.

ARTÍCULO 18. TEMPORALIDAD. La valla de obra civil y la promocional de proyectos inmobiliarios podrá permanecer durante el periodo de ejecución de la obra y hasta el recibo de la misma por parte de la Secretaria de Planeación Municipal o quien haga sus veces. La valla de proyectos inmobiliarios podrá permanecer hasta el vencimiento de la respectiva licencia de construcción.

ARTÍCULO 19. CONDICIONES PARA SU INSTALACIÓN Y LOCALIZACIÓN. Para su instalación y localización, se aplicarán las siguientes disposiciones:

- a. **SITIOS PERMITIDOS:** Podrán ubicarse dentro del sitio donde se desarrolle la obra civil o el proyecto inmobiliario, en el muro o elemento de cerramiento de la misma.
- b. **LA VALLA OBRA CIVIL PROMOCIONAL** que pretenda instalarse durante la ejecución de contratos de obras civiles públicas con entidades oficiales, podrá Ubicarse en los bienes inmuebles de propiedad del Municipio de Montería, y deberá cumplir con lo siguiente:
 - a. La ubicación de la publicidad se deberá hacer dentro del sitio donde se desarrolle la obra civil.
 - b. La publicidad deberá respetar las áreas de circulación peatonal y vehicular, el amoblamiento urbano, la vegetación y la arborización existente.
- c. La publicidad exterior visual promocional de **PROYECTOS INMOBILIARIOS EN CONSTRUCCIÓN, PROMOCIÓN Y VENTA**, deberá cumplir con lo siguiente:
 - a. **Localización.** En las obras en proceso de construcción o de reforma que se adelanten en el municipio, se podrá colocar Publicidad Exterior Visual visible en el área privada del sitio donde se desarrolla la obra y en el muro de cerramiento de la obra; en este último caso, la publicidad podrá estar por cada costado de cuadra a razón de una y estas deberán ser retiradas para el momento del recibo de la obra por parte de Planeación Municipal o quien haga

Sus veces.

- b. **Características.** Además de cumplir con las normas generales establecidas para la Publicidad Exterior Visual, deberá contener.
- El número del Acto Administrativo que otorga la licencia de construcción, urbanización o parcelación.
 - El nombre de la firma constructora, promotora y diseñadora o de los profesionales que intervengan en ella.
 - El nombre y el teléfono del instalador.
 - Indicar la licencia de construcción y el contrato de fiducia, suscrito por la empresa constructora y la empresa fiduciaria en caso de existir.

Las vallas de promoción y venta de proyectos de vivienda deberán cumplir con la obligación de insertar en el texto del mensaje, la resolución o radicado que autoriza la venta, la fecha y la inscripción.

La dimensión de los caracteres o tipografías utilizadas en el texto escrito en la valla o pancarta, debe ser igual, como mínimo, al cincuenta por ciento (50%) del tamaño de los empleados para destacar la razón social o el nombre de la persona sometida a control.

La Publicidad Exterior Visual para promocionar la venta de vivienda, sólo se podrá colocar luego de obtener el permiso para la venta, expedido por Secretaria de Planeación Municipal.

- c. **Temporalidad.** En caso de requerirse mayor tiempo de instalación de la publicidad exterior visual, podrá permitirse por 30 días más, prorrogable por otro mes, previa evaluación del requerimiento y previo permiso de los copropietarios o de la junta de administración provisional de la unidad residencial, si se ha instalado en zonas comunes.
4. **SITIOS PROHIBIDOS:** No se podrán instalar vallas por fuera del perímetro donde se realice la obra. En áreas públicas o privadas de un complejo vial y en sus elementos constitutivos de una sección vial.

No podrá localizarse publicidad exterior visual en áreas del espacio público durante el proceso constructivo, ni se permitirá en las etapas de las construcciones y urbanizaciones ya recibidas por la entidad competente.

TÍTULO III

AVISOS PUBLICITARIOS

CAPÍTULO I

NORMAS GENERALES

ARTÍCULO 20. CARACTERÍSTICAS DE LOS AVISOS PUBLICITARIOS: Los avisos publicitarios deberán cumplir con las siguientes especificaciones:

1. Estar debidamente integrada física, visual y arquitectónicamente al paisaje urbano.
2. Los textos deben aparecer escritos en un lenguaje comprensible y permitir una lectura cómoda por parte de los destinatarios de mensaje.
3. Los textos deben ser de lectura simple y breve.
4. No deberán emplear lenguaje o imágenes que inciten a la violencia contra personas o grupos, por razón de su género, raza, orientación sexual o identidad cultural, ni que Atenten contra sus derechos constitucionales.
5. No deberán contener lenguaje o imágenes que atenten contra la moral pública, el orden público, ni constituir actos de competencia desleal.
 - a. Las leyendas y dibujos no se deben confundir con las señales o marcas de tránsito.
 - b. Deberá tener un adecuado mantenimiento, de tal forma que no presente condiciones de suciedad, inseguridad o deterioro. Su incumplimiento será causal de retiro de la publicidad por parte del agente responsable, de conformidad con lo determinado en el presente Decreto.
 - c. Los avisos con materiales reflectivos de alta retroreflexión serán de uso exclusivo para la señalización del tránsito y la nomenclatura urbana.
 - d. En caso de que los avisos representen deterioro considerable o algún peligro para los usuarios del espacio público, el Municipio deberá retirarlos, previo requerimiento; a costa del propietario del aviso.

ARTÍCULO 21. DIMENSIONES: Se entiende por aviso, la pieza publicitaria que tiene las mismas características de la publicidad exterior visual, pero con un área inferior a ocho (8) metros cuadrados. Podrán ser pendones, festones, pasacalles, afiches, pasavías y otros, de acuerdo a lo establecido en el presente Decreto.

ARTÍCULO 22. SITIOS PROHIBIDOS. Se prohíbe instalar avisos publicitarios:

1. Sobre aleros, voladizos, tapasoles y marquesinas de las edificaciones.
2. En forma perpendicular a las edificaciones.
3. Grabados o pintados sobre bienes de interés cultural (BIC) declarados y bienes fiscales.
4. Grabados o pintados en andenes, árboles, postes, estructuras de energía, en elementos naturales tales como piedras, peñascos, praderas y elementos artificiales creados por el hombre como placas de canalización o taludes de vías públicas.
5. En zonas verdes, antejardines y fachadas laterales de las edificaciones.
6. En cubiertas, muros medianeros, puertas y ventanas móviles.
7. En puentes, intercambios viales y pasos a desnivel.

PARAGRAFO 1: Solo se permitirá el aprovechamiento económico con avisos publicitarios en los espacios identificados en los numerales 5,6 y 7 del presente artículo, en el marco de programas o proyectos a cargo de la dependencia competente según sus funciones y a través de proyectos que podrán ser diseñados, Gestionados e implementados por el Municipio de Montería y las Alianzas Público Privadas y/o estrategia que la administración municipal determine para la sostenibilidad de zonas verdes y espacio público.

PARÁGRAFO 2: La Administración Municipal tendrá la potestad de requerir o dar por terminado el contrato o permiso relacionado a la colocación de avisos publicitarios, relojes digitales y demás mencionados en el presente Decreto, cuando lo requiera de acuerdo con las restricciones impuestas por del Plan de Ordenamiento Territorial vigente, sus instrumentos complementarios, por el presente Decreto o por la ley. Cada vez que se produzca cambio de normatividad, se modifique o traslade la publicidad exterior visual registrada, o se venza el término de vigencia del mismo, se deberá obtener un nuevo registro o su actualización.

Cuando la publicidad exterior visual se encuentre registrada, el responsable de la misma podrá solicitar a la Secretaria de Planeación Municipal, la prórroga de la vigencia del registro siempre y cuando cumpla con las normas vigentes.

CAPITULO II

CLASIFICACION DE LOS AVISOS PUBLICITARIOS:

ARTÍCULO 23. SEGÚN SU FINALIDAD: Según el objeto o finalidad del aviso, estos se clasifican en:

1. **AVISO DE IDENTIFICACIÓN:** Es aquel que se instala en un inmueble para identificar el Nombre o razón social de la actividad económica.

2. **AVISO DE PROXIMIDAD:** Es el aviso instalado para advertir la cercanía a un lugar.
3. **AVISO INSTITUCIONAL:** Es aquel que se utiliza para informar actividades públicas.
4. **AVISOS PROMOCIONAL DE PROYECTO INMOBILIARIO EN CONSTRUCCION Y VENTAS:** Es aquella que se utiliza para informar proyectos inmobiliarios en construcción.
5. **AVISO DE ORIENTACIÓN:** Es aquel que se utiliza para orientar e informar sobre lugares turísticos, culturales o de carácter educativo, deportivo y de interés general por medio de iconografías.
6. **AVISO COMERCIAL:** Es el aviso que sirve para promocionar bienes y servicios, el cual podrá estar instalado en el amoblamiento urbano, equipamientos y demás bienes fiscales.
7. **AVISO DE NOMENCLATURA URBANA:** Es el que contiene todos los elementos informativos de orientación que tienen como función guiar al usuario, y que en conjunto prodigan la identificación ordenada de los elementos que componen la trama urbana y de las construcciones.

ARTÍCULO 24. SEGÚN SU TEMPORALIDAD. De acuerdo a la permanencia en el tiempo, los avisos se clasifican en:

1. **AVISO PERMANENTE.** Es aquel que se conserva instalado por un término indefinido mayor a treinta (30) días calendario.
2. **AVISO TEMPORAL.** Es aquel que se instala por un término mayor a treinta (30) días calendario y menor a 1 año, sujeto a sus características y condiciones que lo autorizan.
3. **AVISO TRANSITORIO.** Es aquel que se instala por un término menor o igual a treinta (30) días calendario. Los avisos transitorios solo podrán contener publicidad relativa a espectáculos públicos, de carácter político, institucional, cívico, cultural, deportivos artísticos y religiosos.

No deben interferir con la señalización del tránsito, con la nomenclatura urbana, ni con la Visibilidad vehicular y se permitirá hasta el 10% del elemento destinado a aviso publicitario.

Los avisos transitorios no podrán localizarse:

1. En el interior de la glorieta o intercambio vial, en un radio de 100 metros contados desde su centro
2. En los cruces de vías semaforizadas
3. En los sitios que obstaculicen las cámaras de fotodetección o de vigilancia.
4. En árboles.

Se podrán instalar pendones, festones, y arcos, en postes de alumbrado público, con el Respectivo permiso de la Secretaria de Planeación Municipal.

Una vez finalizado el evento objeto de la publicidad, el interesado deberá retirar los elementos de lo contrario se ordenará su retiro a costas del interesado, esta cláusula estará contemplada en el registro. El sitio no quedará habilitado para la colocación de nueva publicidad.

PARAGRAFO: El tiempo de instalación se establece adicionalmente según su finalidad, acorde a lo establecido en la presente reglamentación.

ARTÍCULO 25. SEGÚN SU ESTRUCTURA Y CARACTERÍSTICAS DE DISEÑO:

1. **AVISO LUMINOSO.** Son los que reflejan iluminación.
2. **AVISO DE CONJUNTO.** Son los avisos conformados por varias unidades o letras.
3. **AVISO TIPO "V".** Son avisos adosados a las fachadas en forma de v.
4. **AVISO EN MARQUESINA.** Son avisos de identificación adosados o pintados en la parte frontal de las marquesinas o tapasoles de los establecimientos comerciales e industriales.
5. **AVISO TIPO MOSAICO.** Es una sola estructura que aglomera varias razones sociales, marcas o empresas que funcionan en un mismo sitio.

CAPÍTULO III

NORMAS ESPECÍFICAS DE AVISOS, SEGÚN SU CLASIFICACIÓN

Sección I

Avisos fijos

ARTÍCULO 26. SEGÚN SU LOCALIZACIÓN. Según el espacio físico en el que se ubiquen, los avisos publicitarios se clasifican en los siguientes elementos:

1. **EN MARQUESINA, TAPASOL Y VOLADIZO.** Deberán estar adosados o pintados únicamente en la parte frontal con una altura máxima de 0.80 metros, sin sobresalir frontalmente más de 20 cm.
2. **EN VITRINA.** Se entiende por vitrina el mueble o espacio destinado a la exhibición y/o promoción de productos, bienes, servicios o mensajes, de carácter comercial, industrial o de servicios. Se permitirán avisos publicitarios, pintados, adheridos o no en las vitrinas de los establecimientos, hasta en un veinte por ciento (20%) del área total de la vitrina y siempre que corresponda a su objeto social.
3. **EN ESQUINA.** Los locales comerciales ubicados en las esquinas o que tengan varios frentes, podrán instalar publicidad exterior visual empresarial o avisos publicitarios en cada una de sus fachadas, sin exceder el área determinada.
4. **EN FACHADA COLINDANTE.** Cuando la fachada de un local no cuente con el área útil suficiente para la instalación de los avisos publicitarios, se podrá utilizar un área adicional de los paramentos colindantes, previo permiso escrito del propietario, poseedor o tenedor y cumpliendo con las demás normas establecidas sobre el particular.
5. **EN VENTANAS:** Los avisos de identificación que se instalen en las ventanas de un establecimiento utilizando elementos adhesivos, microperforados y/o pintados, solo se permitirá si el establecimiento no cuenta con otro tipo de aviso y solo podrá ocupar un área máxima equivalente al 30% de la superficie de la ventana.
6. **EN ZONAS RESIDENCIALES:** Los avisos de identificación que se coloquen en tiendas y/o locales comerciales autorizados y situados en áreas de zonas de uso residencial definidas en el Plan de Ordenamiento Territorial, tendrán un área máxima equivalente a un (1) metro cuadrado, y no podrán ser luminosos.
7. **EN LOS INMUEBLES UBICADOS EN EL CENTRO HISTORICO Y SU ZONA DE INFLUENCIA.** Los avisos publicitarios en estos inmuebles, se registrarán por las siguientes disposiciones:
 - a) En todos los bienes inmuebles de interés cultural (BIC) de cualquier ámbito, se permiten únicamente avisos de identificación de locales, a razón de uno por cada local. Cuando éste se encuentra en esquina, se permite un aviso de identificación para cada costado que posea acceso.
 - b) Se prohíben los avisos promocionales o de publicidad de cualquier tipo en todos

- los bienes inmuebles de interés cultural (BIC). Se prohíben los avisos pintados Directamente sobre la fachada de la edificación o sobre alguno de sus componentes. Igualmente, se prohíben los avisos de luminosos o neón.
- c) Se permiten avisos de identificación sin que excedan el 20% del área total de la fachada ni el área máxima estipulada para avisos.
 - d) Todos los avisos que pretendan instalarse en bienes inmuebles de interés cultural (BIC) de la ciudad, deberán someterse a un análisis especial por parte del Secretaria de Planeación Municipal, quien podrá solicitar conceptos a terceros como agremiaciones profesionales y académicas, para el cumplimiento de esta función, quien verificará que la propuesta no afecte las características y valores del inmueble y el sector.
 - e) Deberán ser removibles y estar adosados a la edificación. Su instalación o su remoción no deberán afectar los materiales de fachada. No deberán sobresalir de ella frontalmente más de veinte (20) centímetros. Su forma y tratamiento deberá armonizar y guardar proporción con los vanos y con el conjunto de la edificación.

PARAGRAFO: además de lo anterior, para todos los permisos de avisos publicitarios dentro de los inmuebles ubicados dentro del centro histórico y su zona de influencia, deberá respetarse lo establecido en los artículos 36,37 y 38 del Decreto por medio del cual se adopta el Plan Especial de Manejo de patrimonio (PEMP) para el municipio de Montería.

8. EN AMOBLAMIENTO URBANO. Podrán instalarse en el amoblamiento urbano de la ciudad, el cual, según lo determinado en la Cartilla de Espacio Público, el Plan de Ordenamiento Territorial y sus disposiciones complementarias.

Se podrá permitir publicidad ocupando hasta el cincuenta por ciento (50%) del área superficial de cada elemento del amoblamiento urbano y de acuerdo con lo que Determine el proyecto que se formule. No se podrá obstaculizar la visibilidad de la señalización vertical, ni se podrá utilizar esta para la instalación de publicidad Exterior Visual.

Los proyectos de publicidad para el aprovechamiento económico del espacio público en amoblamiento urbano, deberán incorporar un porcentaje del área total aprovechada del número de elementos objetos de explotación, no inferior al 20%, para la ubicación de mensajes cívicos o institucionales de uso exclusivo de la Administración Municipal.

En las áreas de reglamentación especial, los porcentajes aprovechables con publicidad exterior visual, podrán modificarse conforme la administración municipal.

9. EN EDIFICACIONES PARA ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS.

Se permite como máximo la instalación de una (1) aviso de identificación empresarial por cada local, sin que exceda el veinte por ciento (20%) del área total de la fachada correspondiente al establecimiento o local donde se ubica y sin superar los 8 metros cuadrados o sobresalir de la fachada en todos sus costados más de treinta centímetros (30 cms).

Su contenido no podrá ser otro que el nombre, sigla o razón social de la actividad; únicamente se permitirá pautar un 30% de publicidad comercial diferente a la descrita anteriormente.

En las actividades comerciales, industriales y de servicios, localizadas en áreas y zonas residenciales identificadas en el plano usos de suelo urbano, del Plan de Ordenamiento Territorial, la dimensión del aviso de identificación empresarial no podrá superar los 2 metros cuadrados y no podrán ser luminosos.

10. EN ESTACIÓN DE SERVICIO DE COMBUSTIBLE. En área libre privada del inmueble de la estación se podrá colocar un aviso de identificación de la razón social y colocar los precios de los productos de servicio. No podrá contener publicidad comercial y la regulación de su tamaño, materiales y demás elementos, corresponderá a la autoridad en materia de comercializadores de combustibles.

11. EN ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESPACIO PÚBLICO (SEPARADORES, GLORIETAS, PARQUES Y ZONAS VERDES). Se permite su instalación con mensajes comerciales y Cívicos de empresas particulares. Para los separadores centrales se permitirá instalar uno (1) cada 80 metros lineales y la dimensión máxima será de un (1) metro de ancho por 0.70 metros de altura, se podrá utilizar una cara para publicidad comercial y una cara para un mensaje institucional.

Solo se permitirá el aprovechamiento económico de estos espacios en el marco de programas o proyectos a cargo de la dependencia competente según sus funciones y a través de proyectos que podrán ser formulados, gestionados e implementados por la Administración municipal, las Alianzas Público Privadas y demás estrategias que permitan el sostenimiento de parques y espacios públicos.

12. EN UNIDADES DEPORTIVAS. Se permite la dotación de avisos de identificación, uno por cada escenario, con una dimensión máxima de 2 metros x 1 metro, sin mensajes publicitarios y adosados a la fachada sin que sobresalga de ella frontalmente más de

Treinta (30) centímetros, ni que excedan sus costados laterales y superior. El borde inferior del aviso deberá estar a una altura mayor de 2.10 metros y el borde superior del aviso deberá estar a una altura máxima de 3.10 metros, ambas alturas con respecto al nivel del andén. El aviso podrá ser pintado directamente sobre la fachada, siempre y cuando cuente con un espacio acondicionado para tal fin o estar fabricado en un material resistente a la intemperie.

13. **EN EDIFICIOS EN ALTURA.** Se permite en forma restringida, el aviso de identificación a una altura superior a dos con diez (2.10) metros hasta la altura máxima del edificio, siempre y cuando haga parte integral de la fachada de la construcción.
14. **EN GRANDES SUPERFICIES, HIPERMERCADOS, SUPERMERCADOS, CENTROS COMERCIALES, CONGLOMERADOS, MALL Y COMPLEX.** Estos podrán tener aviso de identificación y aviso publicitario promocional en sus fachadas siempre y cuando no superen los bordes de la fachada y cumplan con una proporción de área en relación con la altura, de la siguiente forma:
 - a. Para fachadas de 1 piso, tener una publicidad de 6 metros cuadrados de área, o máximo dos (2) por cada fachada, cuya sumatoria no supere esta área.
 - b. Para fachadas de 2 pisos, tener una publicidad de 12 metros cuadrados de área, o máximo dos (2) por cada fachada, cuya sumatoria no supere esta área.
 - c. Para fachadas de tres (3) o más pisos, tener una publicidad de 24 metros cuadrados de área, o máximo dos (2) por cada fachada, cuya sumatoria no supere esta área.

ARTÍCULO 27. SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL DISEÑO. Según sus especiales características de diseño, los avisos se clasifican en:

1. **TIPO MOSAICO.** En las fachadas de las edificaciones que tengan un acceso común a varias oficinas y/o locales comerciales internos, sólo se podrá localizar el nombre de Los establecimientos a manera de mosaico, dentro de un mismo elemento, esto sin perjuicio de los avisos publicitarios de la respectiva edificación. Además se permitirá instalar la publicidad visual empresarial o avisos publicitarios en las fachadas de los locales que tengan acceso independiente o vitrina a nivel del primer piso.

Se permite instalar aviso tipo mosaico en área libre privada del inmueble, donde el borde inferior del aviso deberá estar a una altura mayor de 2.10 metros y el borde superior del aviso deberá estar a una altura máxima de 8 metros, ambas alturas con respecto al nivel del andén y un área máxima de ocho (8) metros cuadrados.

2. **TIPO CONJUNTO:** Corresponde a los avisos publicitarios conformados por varias unidades o letras, cuya sumatoria de forma individual no superen el área permitida. Para determinar su área, se calcula la máxima extensión de los elementos en sentido horizontal y vertical.
3. **VOLUMETRICOS.** Son avisos temporales hechos con materiales livianos inflables o no, que pueden estar suspendidos en el aire o a nivel de piso. No podrán ubicarse en forma permanente sobre ninguno de los componentes del espacio público. Los suspendidos en el aire deberán respetar la altura establecida por la aeronáutica civil cuando estos estén en el cono de aproximación del Aeropuerto Los Garzones.
4. **AVISOS DIGITALES, RELOJES, PANTALLAS, TABLEROS Y SIMILARES.** Los criterios de manejo para esta tipología de avisos, están contenidos en el título IV Reglamentación Especial del presente Decreto.

ARTÍCULO 28. SEGÚN SU FUNCIÓN. Según la función que cumplen, los avisos se clasifican en:

1. **AVISO COMERCIAL.** Es el aviso que posibilita informar o promocionar una empresa, producto, bien o servicio, el cual a través de una concesión o alianza público privada o figura jurídica similar, se podrá instalar en el amoblamiento urbano.
2. **AVISO DE ORIENTACION:** Es aquella que se utiliza para orientar e informar sobre lugares turísticos, culturales o de carácter educativo y deportivo, de interés general el cual se podrá instalar en antejardines o zonas verdes públicas, sólo cuando sean de Dificil acceso o la topografía del predio privado no lo permita, o cuando no existan áreas libres privadas disponibles.
3. **AVISOS DE ORIENTACIÓN PARA PROMOCIÓN DE PROYECTOS INMOBILIARIOS EN CONSTRUCCIÓN Y VENTA.** Corresponde a los orientados a la promoción de proyectos inmobiliarios en proceso de construcción. Estos avisos se podrán instalar en antejardines o zonas verdes públicas. Deberán tener dimensiones máximas de 1.50 metro por 0.50 metros el elemento rectangular y de 1.00 metro por 1.00 metro el elemento triangular (base por altura), cumpliendo con lo siguiente:
 - a. Sólo se podrá ubicar un aviso por costado de cuadra, en las zonas verdes o antejardines mayores de 1.50 metros de ancho, a una distancia máxima de 500 m radiales tomados desde el punto donde se desarrolla el proyecto inmobiliario o de

Interés general.

- b. Solo se permitirá la instalación de cinco (5) avisos por proyecto inmobiliario.
 - c. La altura mínima entre el nivel del piso y el borde inferior del aviso deberá ser de 1.50 metros y la altura total incluyendo el mensaje cívico o institucional, será máximo de 3.50 metros.
 - d. El mensaje cívico o institucional del aviso de orientación urbana deberá ser igual al 40% del área del elemento rectangular y al 30% del área del elemento triangular.
 - e. Los avisos deberán contener siempre en ambas caras los mensajes con los porcentajes permitidos en este artículo.
 - f. No se podrán ocupar las áreas destinadas a la señalización vial, la nomenclatura urbana y semaforización; ni obstaculizarlas. Igualmente no interferir con la visibilidad vehicular, la circulación peatonal, ciclo rutas y áreas destinadas para personas con movilidad reducida.
 - g. Se deberán respetar doscientos (200) metros de distancia a los inmuebles declarados como bienes de interés cultural del ámbito municipal y nacional.
 - h. No se podrán instalar los avisos en la arborización o especies vegetales, en la Infraestructura de servicios públicos, o en otra infraestructura del estado.
 - i. No se permitirán avisos de orientación de las etapas de las construcciones y urbanizaciones ya recibidas por la Administración Municipal. Cuando se trate de proyectos de interés general diferentes a los proyectos inmobiliarios podrá permitirse su instalación por el término de duración de la obra. En caso de requerirse mayor tiempo de instalación de estos avisos, podrán permitirse por 30 días más, prorrogable por otro mes, previa evaluación del requerimiento y previo permiso de la Administración Municipal o propietarios, si se trata de espacio de propiedad pública o privada, respectivamente.
4. **AVISO DE PROXIMIDAD.** Es el aviso instalado para advertir la cercanía a un lugar. Se podrá instalar en las áreas privadas, cumpliendo con lo siguiente:
- a. En suelo rural sólo podrá ubicarse al lado derecho de la vía, según el sentido de circulación del tránsito, en dos (2)

Lugares diferentes dentro del kilómetro anterior al establecimiento. El aviso deberá tener un área máxima de cuatro (4) metros cuadrados y no podrán ubicarse a una distancia inferior de quince (15) metros, contados a partir del borde de la calzada.

b. No se podrá obstaculizar la visibilidad vehicular, la señalización vial y la nomenclatura.

5. **AVISO DE IDENTIFICACIÓN.** Es el medio de comunicación adosado a la fachada del establecimiento, que se utiliza como anuncio de la razón social de su actividad.

Su instalación y dimensiones, deberá dar aplicación según sus características:

- a. Los avisos publicitarios pueden ser pintados, grabados, proyectados, iluminados, luminosos y estar fabricados en metal, madera, plástico u otro material resistente a la intemperie.
- b. El borde inferior de los avisos publicitarios deben estar a una altura mayor de dos metros con cincuenta centímetros (2.50 m) sobre el nivel de acceso al local comercial.
- c. Los avisos publicitarios no podrán sobresalir de la parte superior de la fachada.
- d. Los avisos publicitarios tipo "V" se admiten sin sobresalir más de 30 Centímetros a partir del paramento, y con un ángulo menor de treinta (30) grados con relación al paramento.
- e. El aviso de identificación de la razón social, se podrá colocar en área libre privada del inmueble, cuando el establecimiento no se encuentre localizado contiguo a la vía. Debe cumplir con un área máxima de 8 m².
- f. El aviso de identificación de establecimientos cercados con mallas podrá localizarse en el dintel y/o enrase del acceso.

6. **AVISO DE NOMENCLATURA URBANA.** De acuerdo con su forma de instalación los elementos de nomenclatura urbana se clasifican en: nomenclatura en fachada y nomenclatura en estructura vertical, instalada en los componentes de la sección pública de las vías.

Estos avisos como norma general, se podrán instalar, cumpliendo con lo siguiente:

- a. **Dimensiones.** las dimensiones de las placas de nomenclatura, serán de acuerdo con las vías donde se ubiquen: En vías arterias o primarias: Placa de 0,75 metros de largo por 0,17 metros de ancho. En vías colectoras o secundarias:

Placa de 0,60 metros de largo por 0,15 metros de ancho.

- b. **Texto.** Los signos alfanuméricos debe tener un tamaño de 0,09 metros de altura para letras mayúsculas y números, y de 0,05 a 0,065 metros para letras minúsculas. Los apéndices serán en letras minúsculas, con separación mínima entre letras de 0,01 metros para las placas de calles, carreras y circulares y de 0,05 metros para las placas de transversales y diagonales. La separación entre palabras será de 0,30 metros a 0,90 metros según el apéndice.
- c. **Material.** Debe ser resistente a la intemperie, durable visible y reflectivo.
- d. **Color.** Se utilizará el color verde para el fondo de la placa y el color blanco para el texto.

Los avisos de nomenclatura en fachada, como norma específica, se podrán instalar, cumpliendo con lo siguiente:

1. **Localización.** La nomenclatura de fachada se instalará en la parte más próxima a la esquina del paramento, a una altura mínima de dos con cincuenta (2,50) metros.
2. **Cantidad.** De acuerdo con la jerarquización de las vías y para mejor visibilidad de la nomenclatura de fachada, se podrá instalar así:
 - a. En vías arterias, placas en las cuatro esquinas de las fachadas correspondientes al cruce de la vía.
 - b. En vías secundarias, placas en dos esquinas instaladas diagonalmente una con respecto a la otra. En caso de requerirse una tercera placa se podrá instalar en la esquina de la fachada correspondiente a la vía prioritaria.

Los avisos de nomenclatura en estructura vertical, como norma específica, se podrán instalar, cumpliendo con lo siguiente:

3. **Altura.** La nomenclatura de estructura vertical debe tener una altura mínima de tres (3,00) metros a partir del nivel de piso acabado y podrá contener placas de información vial y de nomenclatura urbana, de acuerdo con las necesidades del sitio donde se instale.
4. **Información.** La información que contengan las placas de nomenclatura vertical

deberá estar relacionada con el número de la vía, señales de información de sentidos de la vía y el nombre de la vía en el caso que lo tenga; las placas que se instalen en los elementos de nomenclatura vertical deberán tener la información por ambos lados de la placa.

5. **Publicidad y mensajes cívicos.** La nomenclatura de estructura vertical podrá contener publicidad comercial con mensajes cívicos como contraprestación por la instalación por concesión.

ARTÍCULO 29. CLASIFICACIÓN DE LOS AVISOS TRANSITORIOS. Los avisos transitorios podrán consistir, entre otros en:

1. **ARCOS O PASAVÍAS:** En eventos de ciudad, podrán instalarse avisos consistentes en arcos o pasavías sobre la sección pública de la vía, que podrá contener Publicidad comercial o del ente patrocinador del evento, hasta un 30% de la superficie, la cual no deberá exceder el área exigida para avisos publicitarios.
2. **PENDONES.** Es el elemento con las mismas características de los pasacalles, pero con una dimensión máxima de 0.75 metros de ancho, por 1.0 metro de largo.
3. **BANDERINES:** Elemento publicitario que se utiliza para promocionar eventos y sitios turísticos cuya área no supere los tres metros cuadrados, podrá contener el 30% de su área total con publicidad comercial; su lugar de instalación será en los postes de alumbrado público dentro de los doscientos metros (200) radiales donde se desarrolle el evento.
4. **AFICHES Y CARTELES.** Elemento publicitario que se utiliza para promocionar eventos y sitios turísticos, difundir propaganda, productos, servicios, marcas, empresas, lemas y recordar fechas y actividades; las dimensiones para afiches y carteles no pueden exceder de 0.70 metros por 1.00 metro, y 0.35 metros por 0.50 metros, respectivamente, y sólo podrán fijarse con pegamentos fáciles de remover en las carteleras o mogadores que para tal fin se instalen en la ciudad.
5. **VOLUMÉTRICOS:** Es el elemento publicitario transitorio, compuesto de tres (3) dimensiones, deberá tener una altura máxima de 4mts y un ancho máximo de 2 mts.
6. **DUMMIS:** Es el elemento publicitario transitorio hecho con materiales livianos inflables que pueden estar suspendidos en el aire o a nivel de piso. Éstos no

Deberán estar inscritos en el cono de aproximación establecido por la aeronáutica civil.

Sección II Avisos móviles

ARTÍCULO 30. DEFINICIÓN. Es el medio masivo de comunicación adherido, fijado, grabado o instalado en medios de transporte automotor y no motorizado.

ARTÍCULO 31. CLASIFICACIÓN. Los avisos móviles se clasifican en:

1. **AEREOS.** comprende los avisos asociados a los globos libres y los dirigibles con Publicidad. En ningún caso será permitido arrojar publicidad con información alguna desde las naves de vuelo sobre la ciudad. Este tipo de publicidad deberá contar con autorización previa de la Secretaria de Planeación Municipal, además de las autorizaciones o restricciones que presenten las autoridades aeronáuticas o militares.
2. **DE ENTREGA AL TRANSEUNTE.** Se refiere a la publicidad de comercio, bienes y servicios entre otros que se distribuye de manera personal al transeúnte en el espacio público.
3. **EN MEDIOS NO MOTORIZADOS.** Corresponde a los avisos instalados en vehículos no motorizados tales como bicicletas, triciclos, carretas y similares. Estos avisos no podrán ser digitales
4. **EN MEDIOS MOTORIZADOS.** Corresponde a los avisos instalados en vehículos motorizados tales como trenes, tranvías, metros, cables, buses, busetas, camiones, automóviles y motos, la cual se permitirá bajo el cumplimiento de las siguientes condiciones:
 - a. La instalación, pintura o adhesión de avisos o letreros en vehículos automotores, en ningún caso se podrá adicionar o modificar el ancho y/o la longitud original del vehículo, por lo tanto no podrá ocupar un área superior a los costados sobre el cual se ha fijado.
 - b. No podrán instalarse avisos móviles, que obstaculicen la visibilidad de las placas de identificación del vehículo o que induzca a errores en su lectura.
 - c. No podrán instalarse avisos móviles en la capota de los vehículos ni en la tapa

Del motor y maleta

- d. Si se recubren los vidrios, deberá utilizarse un material que permita la visibilidad total desde el interior del vehículo hacia el exterior en material micro perforado, en consonancia con las normas que rigen el tránsito automotor.
- e. En los buses del Sistema Estratégico de Transporte Público, solo podrán disponerse avisos en las áreas interiores. No podrán instalarse avisos Publicitarios en la cara exterior, salvo los avisos institucionales.

ARTÍCULO 32. AVISO MOVIL EN EL SISTEMA ESTRATÉGICO DE TRANSPORTE PÚBLICO. Se podrán adherir, instalar o pintar avisos o letreros en las superficies laterales y posteriores exteriores del vehículo así:

1. En la parte posterior deberá conservarse la placa original en lugar visible, además, el vehículo deberá llevar el número interno, si se recubren los vidrios, deberá utilizarse Un material que permita la visibilidad total desde el interior del vehículo hacia el exterior en material micro perforado.
2. En los costados laterales se permite la instalación de publicidad exterior visual móvil, debajo de las ventanas, en una proporción máxima del 30% de la superficie de cada costado, de tal manera que permita identificar claramente los distintivos y colores de la empresa, el número de la placa, el número de la ruta, el nombre de la empresa y el número de afiliación de la empresa, y en ningún caso se podrán utilizar los vidrios del conductor, ni de los pasajeros en la parte frontal, ni en los costados laterales, ni en la capota.
3. Con el fin de ejercer un control y vigilancia efectiva, solo podrán instalarse avisos móviles, hasta en cincuenta (50) vehículos de servicio público del parque automotor existente en la ciudad. La instalación de avisos no podrá superar el diez por ciento (10%) de la capacidad transportadora de cada empresa de transporte público colectivo. Cada conductor deberá instalar, en un lugar visible, el acto o distintivo que lo autorice.
4. En la infraestructura y medios motorizados relacionados al Sistema Estratégico de Transporte Público, se permite la colocación de:
 - Avisos móviles en medios motorizados comprometidos en programas y proyectos

De la administración municipal, en una superficie igual o inferior al 30% de los costados laterales y debajo de ventanas, de trenes, tranvías, metros, cables, buses, busetas. Los nuevos proyectos que involucren movilidad sostenible y combustibles limpios, podrán establecer el porcentaje de ocupación de la superficie de sus vehículos con avisos móviles, teniendo en cuenta la factibilidad técnica y Financiera, en todo caso dicha ocupación no irá en detrimento del paisaje urbano y las normas de tránsito vigentes.

- Avisos fijos publicitarios en el amoblamiento urbano complementario al Sistema Estratégico de Transporte Público, acorde a lo estipulado en el presente Decreto.
- Logos publicitarios con lado igual o inferior a 30 cm, aledaños a los demás elementos que conforman la infraestructura del Sistema Público de Bicicletas BiSinú, parqueaderos para bicicletas y demás infraestructura relacionada a este sistema.

PARÁGRAFO 1°. Los avisos autorizados en vehículos automotores destinados al servicio público de transporte de pasajeros podrán permanecer instalada durante el tiempo por el cual se haya otorgado la autorización, teniendo veinticuatro (24) horas adicionales, improrrogables para su desmonte o retiro, incluyendo todos los elementos adicionales utilizados para el efecto. En caso de ser vehículo con imagen de la empresa, tendrá adjunta la matrícula de propiedad o de contrato.

PARÁGRAFO 2°. Los vehículos destinados al servicio público de transporte escolar, no podrán portar publicidad exterior visual móvil diferente a los distintivos y colores de la empresa y los específicos del tipo de servicio que presta.

PARÁGRAFO 3: Los respectivos recursos generados provenientes de estas tipologías de aprovechamiento económico, serán destinados al sostenimiento del Sistema público de bicicletas BiSinú.

ARTÍCULO 33. AVISO MOVIL EN VEHÍCULOS TIPO AUTOMÓVIL. Se podrán instalar avisos en estos vehículos, siempre y cuando:

1. Se instale sobre un aditamento resistente a los fenómenos naturales, de forma tal que se integre al elemento portante, en forma paralela y que su tamaño no supere el cincuenta (50%) por ciento del área de la capota, ni tenga un área superior a cincuenta (0,5) m².

2. En los costados laterales, debajo de los vidrios, en una proporción máxima del setenta por ciento (70%) de la superficie de cada costado, de tal manera que permita identificar claramente los colores originales del vehículo registrados en la licencia de tránsito.
3. En los vehículos taxi y en los automóviles destinados al servicio público de transporte, no podrán instalarse o adherirse avisos en los costados laterales, ni en la parte posterior del vehículo, excepto los que identifiquen la empresa y el tipo de servicio.

PARÁGRAFO. No se permitirán los avisos publicitarios en vehículos particulares, ni de transporte escolar o servicios especiales, a excepción del aviso de identificación o distintivo de la imagen corporativa de la empresa que distribuye mercancías.

ARTÍCULO 34. AVISO EN VEHÍCULOS DE CARGA. Se permitirá adherir, instalar, pintar o Grabar avisos publicitarios en los costados laterales de la carpa, carrocería de estacas o láminas metálicas de los furgones y contenedores, ocupando hasta el 80% del área del costado. También en la parte superior de la carrocería, cuando sea metálica o carpada.

En los vehículos automotores distribuidores de mercancía sólo se permitirá publicidad relacionada con la empresa o el distintivo de la misma.

ARTÍCULO 35. VEHÍCULOS CON PLATAFORMA DE USO EXCLUSIVO PARA EL PORTE DE AVISOS. Sin perjuicio de lo establecido en la Resolución del Ministerio de Transporte No. 02444 de 2003, o la norma que lo adicione, modifique o sustituya; este tipo de publicidad se deberá someter a las siguientes características:

1. Sólo podrán existir dos (2) caras laterales con publicidad, con un área máxima de cuatro (4) metros por dos (2) metros, medidos desde el chasis, las cuales pueden estar iluminadas.
2. Sólo puede existir una cara posterior de máximo dos (2) metros por un (1) metro de área, la cual podrá tener iluminación.
3. La capacidad de carga permitida será inferior a tres (3) toneladas.
4. No podrán portar pasajeros en la plataforma cuando el vehículo esté en movimiento.
5. No podrán portar sonido, salvo cuando estén estáticos en un evento con previa autorización de la Secretaria de Gobierno Municipal.
6. No podrán exceder las normas de velocidad permitidas en el perímetro urbano.
7. En la noche los móviles deberán mantener las luces de parqueo encendidas.
8. Deberá contar con un cortaviento sobre la capota de máximo un (1) metro de altura,

Sin publicidad.

PARÁGRAFO. Los avisos móviles se permiten en forma temporal en la circulación de carros – vallas en las vías o áreas públicas-, en los horarios establecidos por las Secretaria de Tránsito y Transporte Municipal. Esta publicidad no podrá ocupar los antejardines, andenes, zonas verdes públicas y áreas de protección ambiental, ornamental y/o paisajística.

TITULO IV

REGLAMENTACION ESPECIAL

CAPITULO I

AVISOS Y RELOJES DIGITALES COMO ELEMENTOS DE AMOBLAMIENTO URBANO

Sección I

Avisos Digitales

ARTÍCULO 36. DEFINICION DE AVISO DIGITAL: Corresponde a los avisos publicitarios incorporados en sistemas tecnológicos, que permiten proyectar contenidos digitales en un formato idóneo para la visualización en grupo. Según sus características, se puede interactuar sobre imágenes proyectadas y realizar la emisión de imágenes por medio de diodos luminosos. Podrán ser tipo LEDs, LCD u otros. Pueden ser tableros, paneles, pantallas, videowalls, vertical displays, hologramas, *avatars* y similares.

ARTÍCULO 37. CLASIFICACIÓN. Los avisos digitales se clasifican en:

1. **TABLEROS DIGITALES:** Dispositivo digital generalmente análogo en disposición solo o compuesto, que presenta información de manera simple, clara y repetitiva.
2. **PANTALLAS DIGITALES:** Comprende los monitores que incorporan diferentes tecnologías, tales como, Monitor LCD, LED, DLP o curvos, entre otros.
3. **PÁNELES.** Dispositivo digital situado al aire libre de instalación fija, que puede estar asociado a elementos del amoblamiento urbano en el espacio público y las fachadas de las edificaciones.
4. **OTROS:** Comprende avisos publicitarios en otros medios digitales, tales como Mapping, Hologramas, Vertical Display, Ávatars y todos los demás avisos contenidos en elementos que cumplan con las características generales señaladas en el artículo 36 del presente Decreto.

ARTÍCULO 38. CRITERIOS GENERALES DE LOCALIZACION AVISOS DIGITALES. La ubicación de avisos digitales en la ciudad de Montería, se hará tomando en cuenta las condiciones de afluencia en cuanto al tránsito de personas, conforme al tipo de vía, el flujo vehicular y peatonal, las características del sector, el paisajismo y la racionalidad en el uso del espacio público.

Sitios permitidos. Se podrán localizar en tableros, pantallas, paneles, tótems u otros elementos del amoblamiento urbano, ubicados en los siguientes sitios:

1. En vías arteriales y principales establecidas por el Plan de Ordenamiento Territorial (POT)
2. En glorietas y en las áreas verdes libres resultantes de la ejecución de proyectos viales, previo aprobación conceptuada por la Secretaria de Tránsito y Transporte Municipal en términos de seguridad vial y cumplimiento de las normas de tránsito vigentes tanto locales como nacionales.
3. En edificios en altura de uso comercial y/o institucional siempre y cuando hagan parte integral de la fachada y armonicen con el conjunto arquitectónico de la construcción por consiguiente, deberá tener su respectivo trámite ante la curaduría urbana.
4. En sitios de concentración pública tales como parques, plazas, plazoletas, bulevares y en áreas peatonales con una sección igual o mayor a cinco metros, teniendo en cuenta la circulación peatonal y la no afectación física, paisajística y ambiental del espacio público.

Prohibiciones:

1. A menos de cien (100) metros de intersecciones semaforizadas, cualquier sea su clasificación vial, intensidad, y/o perfil vial.
2. En Separadores Viales.
3. En el polígono del centro urbano de la ciudad comprendido entre Calles 20 y 41, y Carreras Primera y Quinta.
4. La ubicación de avisos digitales en espacios públicos no podrá obstaculizar el flujo vehicular y peatonal, la arborización, el paisajismo, la infraestructura de servicios públicos y la funcionalidad del espacio público.
5. No podrá interferir con la señalización vial, la semaforización, la visibilidad vehicular ni con la libre circulación peatonal, en caso de que sea necesario la Secretaria de Planeación Municipal solicitara concepto a la Secretaria de Tránsito y Transporte Municipal.
6. No podrá interferir con las características del perfil urbano,

7. En suelo de Protección según Plan de Ordenamiento Territorial (POT).
8. En los Centros Poblados de los corregimientos del Municipio de Montería.

Sección II Reloj digital

ARTÍCULO 39. DEFINICION RELOJ DIGITAL. Se entiende por reloj digital, aquel elemento que hace parte del amoblamiento urbano instalado en el espacio público, fachadas de bienes inmuebles públicos y privados acordes a esta reglamentación, destinado a proveer información sobre la hora, que podrá estar complementado con datos relacionados con la fecha, temperatura, humedad, mediciones de contaminación, población u otras variables y que puede ser utilizado además como medio de difusión de mensajes publicitarios comerciales, cívicos, culturales, artísticos e institucionales, que son de interés para quienes se desplazan vehicular o peatonalmente por los espacios públicos.

PARAGRAFO: La instalación de esta tipología de avisos, deberá llevarse a cabo en el marco de las normas de aprovechamiento económico del espacio público por parte del Municipio de Montería directamente o a través de Alianzas Publico Privadas que se enfoquen en el sostenimiento de parques y espacio público.

ARTÍCULO 40. CRITERIOS GENERALES DE LOCALIZACION. La ubicación de los relojes públicos digitales en la ciudad de Montería, se hará tomando en cuenta las condiciones de afluencia en cuanto al tránsito de personas, conforme al tipo de vía, el flujo vehicular y peatonal, las características del sector, el paisajismo y la racionalidad en el uso del espacio público.

Sitios permitidos. Se podrán localizar en tableros, pantallas, paneles, tótems u otros Elementos del amoblamiento urbano, ubicados en los siguientes sitios:

5. En separadores viales con sección mínima de 3,00 metros, respetando una distancia mínima de treinta (30) metros a glorietas, intercambiadores viales y esquinas. Tomando esta medida desde el borde de la glorieta.
6. En glorietas y en las áreas verdes libres resultantes de la ejecución de proyectos viales.
7. En edificios en altura, siempre y cuando hagan parte integral de la fachada y armonicen con el conjunto arquitectónico de la construcción por consiguiente, deberá tener su respectivo trámite ante la curaduría urbana.
8. En sitios de concentración pública tales como parques, plazas, plazoletas, bulevares y en áreas peatonales con una sección igual o mayor a cinco metros, teniendo en cuenta

La circulación peatonal y la no afectación física, paisajística y ambiental del espacio público.

9. En los accesos a lugares turísticos.
10. En puentes peatonales o vehiculares.

Prohibiciones:

9. La ubicación de relojes en espacios públicos no podrá obstaculizar el flujo vehicular y peatonal, la arborización, el paisajismo y la funcionalidad del espacio público.
10. No podrá interferir con las características del sector, la señalización, la semaforización, la infraestructura de servicios públicos, la visibilidad vehicular ni con la libre circulación peatonal.

ARTÍCULO 41. MENSAJES COMERCIALES Y MENSAJES CÍVICOS. Se permitirá la proyección de mensajes publicitarios comerciales en un porcentaje no superior al 60% del tiempo de exposición -SPOT-, destinando el 40% restante para los mensajes cívicos o institucionales, de conformidad con el artículo 1° de la Ley 140 de 1994. Los mensajes cívicos serán coordinados por la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Montería.

ARTÍCULO 42. AUTORIZACION. La instalación de los Relojes Públicos, se deberá llevar a cabo cumpliendo las normas técnicas y especificaciones contenidas en este Decreto y demás normas aplicables.

Para su autorización deberá acudir a los procedimientos contractuales definidos en las Normas nacionales, toda vez que se trata de un elemento del amoblamiento urbano, cuya explotación o aprovechamiento económico, deberá llevarse a cabo mediante un proceso de selección objetiva que culmine con la celebración de un contrato de concesión, alianza público privada, una licencia ocupación e intervención del espacio público o un contrato de Aprovechamiento Económico de Espacio Público, que será regulado por el Municipio de Montería.

La persona natural o jurídica a la cual le sea adjudicado el contrato estará obligada a garantizar permanentemente el servicio y el mantenimiento preventivo y correctivo de cada uno de los relojes que se instalen, así como su desmonte, una vez se encuentre vencido el respectivo contrato y sin que deba aplicarse cláusula de reversión.

PARÁGRAFO: La supervisión de la ejecución del contrato de concesión, asociación, alianza o cualquier otro vínculo contractual utilizado para la instalación de relojes públicos, se

Hará sin perjuicio de las competencias de vigilancia y control de la actividad de publicidad exterior visual señaladas en esta reglamentación y demás normatividad aplicable.

ARTÍCULO 43. LICENCIA DE INTERVENCIÓN Y OCUPACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO. Una vez agotado el procedimiento contractual se deberá obtener la licencia de intervención y ocupación del espacio público, en aplicación de la normativa urbanística de la Ciudad y de conformidad con lo dispuesto en el Decreto Nacional 1077 de 2015 o aquellas normas que lo modifiquen, complementen o sustituyan.

ARTÍCULO 44. CAUSALES DE DESMONTE DE RELOJES PUBLICOS DIGITALES. Los relojes públicos podrán ser desmontados en los siguientes casos:

1. Cuando no exista un contrato estatal vigente que autorice su instalación o permanencia.
2. Cuando incumpla las condiciones técnicas, urbanísticas y ambientales para su instalación o las que se señalen en el contrato.
3. Cuando las condiciones de la estructura pongan en riesgo a la comunidad.
4. Cuando sobrevengan imprevisibles circunstancias urbanísticas, de paisajismo o similares, que hagan incompatible su permanencia en el sitio autorizado.
5. A la terminación del contrato o Licencia que permitió su instalación

PARÁGRAFO: En caso de configurarse alguna de las causales anteriores, corresponderá a la entidad encargada de la administración municipal dar aplicación a las cláusulas contractuales respectivas, a las reglas dispuestas en esta reglamentación y demás normatividad pertinente. Para tales efectos se implementarán las medidas correctivas necesarias, con el fin de que el responsable del reloj público digital subsane las situaciones irregulares en un término de 3 días hábiles, so pena de ordenar el respectivo desmonte. Vencido este plazo, si el responsable no lo realiza, lo hará la Secretaria de Gobierno Municipal.

CAPITULO II

ELEMENTOS DE PROTECCIÓN Y CERRAMIENTO CON MENSAJES COMERCIALES

ARTÍCULO 45. DEFINICIÓN y AMBITO DE APLICACION: Comprende aquellos elementos de protección y cerramiento tipo lona o similares, instalados en las fachadas de Bienes de Interés Cultural, de bienes inmuebles públicos y en proyectos de implementación de los Planes Especiales de Protección del Patrimonio –PEMP- durante los respectivos procesos Constructivos y/o de reformas, en los cuales se permitirá la fijación de mensajes comerciales, de bienes y servicios, con miras a que los recursos captados por dichos

Mensajes se destinen a la rehabilitación y mantenimiento de estos inmuebles y/o áreas comprometidas en dichos proyectos.

Estos elementos de protección y cerramiento, solo podrán estar en programas y proyectos de la Administración Municipal, que promuevan iniciativas públicas y/o privadas para generar acciones de mejora del paisaje y el patrimonio, mediante concesiones con compensaciones o contraprestaciones paisajísticas con publicidad y convenios de colaboración o alianzas público privadas; dichos programas y proyectos son, entre otros, siguientes:

1. Proyectos de restauración del patrimonio declarado.
2. Proyectos de restauración, rehabilitación o reacondicionamiento de los Bienes Inmuebles públicos.
3. Proyectos de implementación de los Planes Especiales de Protección del Patrimonio – PEMP -, mediante la intervención del espacio público, de fachadas de Bienes de Interés Cultural – BIC - y de bienes fiscales.

TÍTULO V

REGISTRO, CONTROL Y GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL Y AVISOS PUBLICITARIOS

CAPÍTULO I

REGISTRO Y CONTROL DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTÍCULO 46. REGISTRO Y CONTENIDO. Es el acto por el cual la Administración Municipal autoriza la instalación o colocación de publicidad exterior visual. El solicitante de la Publicidad Exterior Visual o su Representante Legal deberá aportar por escrito y mantener actualizados sus datos en el registro la siguiente información:

1. Nombre de la Publicidad, junto con su dirección, documento de identidad, Nit y demás datos necesarios para su localización.
2. Ubicación exacta de la instalación de la Publicidad Exterior Visual.
3. Nombre del dueño del inmueble donde se ubique la Publicidad, junto con su dirección, documento de identidad, Nit, teléfono y demás datos para su localización.
4. Ilustración o fotografías de la Publicidad Exterior Visual y transcripción de los textos que en ella aparecen. El propietario de la Publicidad Exterior Visual también deberá registrar las modificaciones que se le introduzcan posteriormente.

PARAGRAFO: El Propietario de la Publicidad Exterior Visual, también deberá registrar las modificaciones que se introduzcan posteriormente en la estructura autorizada conforme al registro, dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la modificación.

ARTÍCULO 47 REQUISITOS PARA LA SOLICITUD. En atención a lo señalado en Sentencia C – 535 de 1996 de la Corte Constitucional, la solicitud del registro de la publicidad exterior visual deberá presentarse por el interesado ante la Secretaria de Planeación Municipal o quien haga sus veces, con una antelación no inferior a quince (15) días hábiles a su colocación o instalación.

Toda solicitud de registro de publicidad exterior visual deberá acompañarse con lo siguiente:

1. Nombre o razón social del solicitante de la publicidad exterior visual sobre la cual se anuncia, con su dirección, documento de identidad, NIT y demás datos necesarios para su localización.
2. Dirección exacta del inmueble o terreno donde se ubicará la publicidad exterior visual.
3. Nombre del propietario del bien mueble o inmueble en donde se ubicará o instalará la publicidad exterior visual, con dirección, documento de identidad, NIT, teléfono y demás datos para su localización.
4. Nombre o razón social del anunciante con dirección, documento de identidad, NIT, teléfono y demás datos para su localización.
5. Copia de la autorización o contrato celebrado entre el solicitante de la publicidad exterior visual y el propietario o poseedor del bien mueble o inmueble donde se instalará la publicidad exterior visual.
6. Certificado de tradición y libertad del inmueble donde se va a instalar la publicidad.
7. Autorización del propietario del inmueble para la instalación de la valla y de ingreso de los funcionarios de la Alcaldía de Montería al predio para las labores de registro y control.
8. Carta de responsabilidad del Ingeniero de suelos y del Ingeniero estructural.
9. Ilustración o fotografías de la publicidad exterior visual y transcripción de los textos que en ella aparecerán, así como sus medidas.
10. En toda publicidad exterior visual, deberá aparecer en el borde inferior el número del registro que autoriza su colocación, fecha de vencimiento del registro, el nombre y el teléfono de la firma instaladora.
11. Fotocopia de matrícula profesional del Ingeniero de suelos y del Ingeniero estructural.

12. Cuando se actué mediante apoderado, poder debidamente otorgado.
13. Copia de la póliza de responsabilidad civil extracontractual, que cubra contingencias y los daños que puedan causar elementos instalados, la cual deberá mantenerse vigente mientras se encuentre instalada la Publicidad Exterior Visual. La póliza no podrá tener un valor inferior a quinientos salarios mínimos legales mensuales vigentes (500 SMLMV).

PARÁGRAFO 1: Además de los requisitos establecidos anteriormente, para el registro de las vallas ubicadas en las vías nacionales, departamentales y municipales por fuera del perímetro urbano, se deberá anexar concepto técnico sobre cimentación y resistencia Expedido por Ingeniero Civil debidamente matriculado, de conformidad con la normatividad pertinente expedida por el Ministerio de Transporte.

PARÁGRAFO 2: Para el registro de la publicidad exterior visual de promoción y venta de proyectos inmobiliarios se deberá incluir en la solicitud:

1. Copia del acto administrativo que otorga la licencia de construcción, urbanización o parcelación.
2. El nombre de la firma constructora, promotora y diseñadora o de los profesionales que intervengan en ella.
3. El nombre y teléfono del instalador.
4. Indicar la licencia de construcción y el contrato de fiducia suscrito entre la empresa constructora y la empresa fiduciaria.

PARÁGRAFO 3: Para el registro de la publicidad exterior visual de obra civil se deberá aportar el respectivo contrato.

PARÁGRAFO 4: Para el registro de la publicidad exterior visual en vehículos además de los requisitos exigidos para la publicidad exterior visual, deberá relacionar el tipo, clase y placa del vehículo y anexar permiso del propietario del vehículo cuando éste no pertenezca al solicitante.

PARÁGRAFO 5: Además de los requerimientos señalados en este artículo, la Secretaria de Planeación Municipal se reserva el derecho a solicitar la información que considere necesaria para aprobar el registro de dicha valla.

PARAGRAFO 6: El registro de la Publicidad Exterior Visual en vehículos procede cuando contenga mensajes comerciales y excepcionalmente, cuando los avisos tengan una dimensión que exceda los ocho (8m2) metros cuadrados que dispone como dimensión

Mínima la norma de avisos.

ARTÍCULO 48. NEGACIÓN DE LA SOLICITUD. Una vez hecha la solicitud de registro, ésta se podrá negar de plano, si la solicitud no cumple con los requisitos contenidos en la Ley 140 de 1994, o con lo dispuesto en el presente Decreto.

ARTÍCULO 49. TÉRMINO DE VIGENCIA DEL REGISTRO: El término de vigencia del registro de la publicidad exterior visual corresponderá a la Tipología de la misma, determinada de la siguiente forma:

- 1. Valla comercial:** Tendrá vigencia de un (1) año, a partir de la inscripción del registro de Publicidad Exterior Visual del Municipio de Montería.
- 2. Valla de obra civil:** Tendrá una vigencia igual a la duración de la obra.
- 3. Valla de promoción o venta de Proyecto inmobiliario:** Tendrá una vigencia igual a la ejecución de la obra.

ARTÍCULO 50. ACTUALIZACIÓN DEL REGISTRO. El registro de la publicidad exterior visual se deberá actualizar cada vez que se modifique el mensaje publicitario o la estructura portante.

Cada vez que se produzca cambio de normatividad, se modifique o traslade la publicidad exterior visual registrada, o se venza el término de vigencia del mismo, se deberá obtener un nuevo registro o su actualización.

Cuando la publicidad exterior visual se encuentre registrada, el responsable de la misma podrá solicitar a la Secretaria de Planeación Municipal, la prórroga de la vigencia del registro siempre y cuando cumpla con las normas vigentes.

ARTÍCULO 51. PÉRDIDA DE VIGENCIA DEL REGISTRO. El registro de la publicidad exterior visual perderá su vigencia cuando posterior a este se modifiquen las condiciones registradas o al vencimiento del termino otorgado, evento en el cual deberá proceder a Solicitar la renovación del registro u obtener uno nuevo, en ambos casos cumpliendo con la norma vigente al momento de adelantar dicho trámite. En caso contrario deberá proceder con el desmonte de la estructura, en los términos indicados en el presente Decreto. De igual manera la Secretaria de Planeación del Municipio de Montería, o quien haga sus veces, 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.

PARÁGRAFO: La Administración Municipal tendrá la potestad de requerir o dar por terminado el registro en el momento en que lo requiera de acuerdo con las restricciones impuestas por el Plan de Ordenamiento Territorial vigente y sus instrumentos complementarios.

ARTÍCULO 52. RETIRO O DESMONTE DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL Y AVISOS PUBLICITARIOS. La publicidad exterior visual y los avisos publicitarios que sea removida y no reclamada por el propietario dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha de la ejecutoria de la resolución que ordene su remoción, podrán ser donadas por la Administración Municipal a un establecimiento de asistencia social.

El desmonte estará a cargo en orden de prioridades por:

1. Comercializador.
2. Anunciante.
3. Propietario de la estructura.
4. Propietario del predio de ubicación.

En caso de incumplimiento del desmonte del elemento, será la Secretaria de Gobierno Municipal quien 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 y a los avisos publicitarios dará lugar a la imposición de sanciones, a cualquiera de los sujetos vinculados a la actividad.

ARTÍCULO 53. VIGILANCIA Y CONTROL. La Secretaria de Planeación Municipal del Municipio de Montería o quien haga sus veces, llevará el control de los elementos que se instalen en el espacio público en cuanto a sus especificaciones técnicas y condiciones de instalación, contenidos y porcentajes de pautas publicitarias.

ARTÍCULO 54. SANCIONES. Por el incumplimiento de estas disposiciones el alcalde, o quien éste delegue, mediante resolución motivada impondrá las sanciones establecidas en la Ley 140 de 1994, Ley 1801 de 2016 y demás normas aplicables, las cuales una vez en firme prestarán mérito ejecutivo.

CAPITULO II
GESTION DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR Y AVISOS PUBLICITARIOS

ARTÍCULO 55. ACTORES INTERVINIENTES EN LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Los actores intervinientes en la publicidad exterior visual y avisos publicitarios, podrán ser públicos y privados

1. Propietario del predio de ubicación de la publicidad exterior visual: Propietario, poseedor, tenedor del predio o edificación en la cual se instala el elemento portante o generador de la publicidad exterior visual.
2. Propietario de la estructura de la publicidad exterior visual: Persona natural o jurídica propietario, poseedor o tenedor de la estructura en donde se fija el elemento publicitario.
3. Anunciante de la publicidad exterior visual: Persona natural o jurídica promotora bajo cualquier modalidad del producto, servicio, marca, razón social, persona, organización, líneas de conducta o comportamiento contenidas en la imagen.
4. Comercializador de la publicidad exterior visual: Persona natural o jurídica vinculada a la cadena de publicidad exterior visual como gestora bajo cualquier modalidad o condición del anuncio publicitario o del generador de la imagen de la publicidad exterior visual.
5. Secretaria de Planeación Municipal: Es la dependencia encargada del Registro y Control sobre la publicidad exterior visual.
6. Secretaria de Gobierno Municipal e Inspectores de Policía: Adelantarán el procedimiento policivo ante el incumplimiento de las normas que regulan la publicidad exterior visual e impondrá las sanciones a que haya lugar. Igualmente se encargará de ordenar el desmonte de la publicidad exterior visual de acuerdo con el artículo 140 de la Ley 1801 de 2016

PARÁGRAFO: El Municipio de Montería podrá fungir como anunciante, comercializador o Propietario de la estructura o del espacio donde se instale la publicidad exterior visual.

ARTÍCULO 56. MULTAS POR INCUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DE PUBLICIDAD

EXTERIOR VISUAL: Los costos generados en la multa por el incumplimiento de las normas de publicidad exterior visual constituyen un ingreso no tributario.

Dependencia Gestora: Secretaria de Gobierno Municipal – Inspector de Policía.

Liquidación: La multa por incumplimiento de las normas de publicidad exterior visual se liquida por resolución sanción proferida por el inspector con base en lo determinado en el artículo 140 de la Ley 1801 de 2016.

El no pago de las multas en el tiempo determinado en la resolución sanción en firme, presta merito ejecutivo.

TITULO VI DISPOSICIONES VARIAS

ARTÍCULO 57. TRANSITORIEDAD: La publicidad exterior visual que cuente con autorización y registro a la entrada en vigencia el presente Decreto, dispondrán de un plazo improrrogable de tres (3) meses para solicitar el registro según las disposiciones contenidas en el presente Decreto.

Cuando dos (2) o más elementos de publicidad exterior visual ya instalados, busquen su actualización en virtud de este Decreto y por lo tanto soliciten permiso para registrarse, 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. En el evento que no posea registro 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 Secretaria de Planeación Municipal 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 Decreto, se encontraba autorizada y la cual en aplicación de la nueva reglamentación no podrá Obtener el registro por encontrarse prohibida, podrá permanecer hasta la finalización de la vigencia del registro otorgado y deberá desmontarse durante los tres meses siguientes a su vencimiento.

ARTÍCULO 58. ANEXOS. Con el presente Decreto se protocolizan los gráficos que ilustran la aplicación de las normas aquí establecidas, referidas al diseño, localización e instalación de la publicidad exterior visual y avisos publicitarios.

ARTÍCULO 59. VIGENCIA Y DEROGATORIA. El presente Decreto rige a partir de la fecha de su publicación y deroga todas las disposiciones municipales que le sean contrarias.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Se suscribe en Montería Córdoba a los **30 JUL 2019**



MARCOS DANIEL PINEDA GARCÍA
Alcalde Municipio de Montería



FRANCISCO BURGOS LENGUA
Secretario de Planeación Municipio de Montería

Proyecto: Yasmin Lozano 
Reviso: Zaida Nassif 
Reviso: Mónica González
Jefe Oficina Jurídica

