

ELEMENTOS TRIBUTARIOS DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

Cada uno de los elementos de Publicidad Exterior Visual que se encuentren ubicados en el Municipio de CALARCÁ, generará a favor de éste un impuesto, según los elementos que se indican a continuación:

ARTÍCULO 183°. SUJETO ACTIVO. El Municipio de CALARCÁ, es el sujeto activo que se acuse por este concepto en su jurisdicción, y en él radican las potestades tributarias de administración, control, fiscalización, liquidación, discusión, recaudo, devolución y cobro. Tratándose de publicidad móvil, el sujeto activo es el ente territorial por donde circule la misma.

ARTÍCULO 184°. HECHO GENERADOR. Está constituido por la exhibición o colocación de todo tipo de publicidad exterior visual, incluidas las vallas, pancartas, pasacalles, pendones, murales con fines publicitarios, y demás avisos publicitarios ya sea fija o móvil, siempre que supere las dimensiones señaladas en la jurisdicción del Municipio de **CALARCA**. Las especificaciones de la publicidad exterior visual se regirán por lo establecido en la Ley 140 de 1994, la cual establece que debe tener dimensiones iguales o superiores a 8 metros cuadrados.

Constituye hecho generador el anuncio que realiza el propietario del elemento publicitario, informando sus datos de contacto, incorporando la leyenda “disponible” o cualquier otro texto con la finalidad de ofrecer el servicio de publicidad al público en general.

PARÁGRAFO: Toda valla instalada en el territorio nacional cuya publicidad que por mandato de la ley requiera un mensaje específico referente a salud, medio ambiente, cultura y cívico, no podrá ser superior a 10% del área total de la valla.

ARTÍCULO 185°. SEÑALIZACIÓN NO CONSTITUTIVA DE IMPUESTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Para efecto de este impuesto, no se considera Publicidad Exterior según el Artículo 1 de la Ley 140 de 1994, la señalización vial, la nomenclatura urbana o rural, la información sobre sitios históricos, turísticos y culturales, y aquella información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas u otras personas por encargo de éstas, que podrá incluir mensajes comerciales o de otra naturaleza siempre y



cuando éstos no ocupen más del 30% del tamaño del respectivo mensaje o aviso. Tampoco se considera Publicidad Exterior Visual las expresiones artísticas como pinturas o murales, siempre que no contengan mensajes comerciales o de otra naturaleza.

ARTÍCULO 186°. SUJETO PASIVO. Son sujetos pasivos las personas naturales, jurídicas, sociedades de hecho y demás entidades, por cuya cuenta se coloca o exhibe la publicidad, así ejerzan o no la actividad comercial en el territorio municipal.

Son solidariamente responsables con el sujeto pasivo, por el pago del tributo y las sanciones a que haya lugar, la agencia de publicidad o quien coloque o exhiba la publicidad, el propietario del establecimiento comercial, el propietario, poseedor, o arrendatario del inmueble o vehículo donde se permita la colocación de la estructura publicitaria.

No estarán obligadas a lo dispuesto en este artículo las vallas de propiedad de: La Nación, los Departamentos, El Distrito Capital, los Municipios, organismos oficiales, excepto las empresas industriales y comerciales del Estado y las de economía mixta, de todo orden; las entidades de beneficencia o de socorro y la Publicidad Exterior Visual de partidos, movimientos políticos y candidatos, durante las campañas electorales"

ARTÍCULO 187°. BASE GRAVABLE. La base gravable estará dada por el área en metros cuadrados de la Publicidad Exterior Visual, entendiéndose como tal todos los elementos utilizados en la estructura para informar o llamar la atención del público.

ARTÍCULO 188°. TARIFA. Las siguientes son las tarifas del Impuesto a la Publicidad Exterior Visual, las que se determinan en proporción directa al área de cada valla, pantalla led, cartel o mural, sin que en ningún caso sobrepase el equivalente a ciento treinta y uno punto cincuenta y seis. (131.56) Unidades de Valor Tributario.

	MEDIDAS	UVT POR MES O FRACCION DE MES
1	De (8) metros cuadrados.	10
2	De ocho puntos cero uno (8.01) a doce (12) metros cuadrados.	15
3	De doce puntos cero uno (12.01) a veinte (20) metros cuadrados.	18
4	De veinte puntos cero uno (20.01) a treinta (30) metros cuadrados. 22 U.V.T	22
5	De treinta puntos cero uno (30.01) a cuarenta (40) metros cuadrados.	25
6	Mayores de cuarenta (40) metros cuadrados	30
7	La publicidad exterior visual que incorpore elementos volumétricos, cuya área total no supere los cuarenta y ocho (48) metros cuadrados, pagará un excedente por metro	



	cuadrado equivalente a una (1) U.V.T.	
8	La publicidad exterior visual móvil que sea exhibida dentro del territorio del Municipio, pagará el equivalente 10 U.V.T. , si la sede de la empresa de publicidad es CALARCA . Si la sede es otro municipio se cobrará 20 U.V.T	

PARÁGRAFO. En ningún caso, la suma total de impuestos que ocasione cada valla podrá superar el monto equivalente a ciento treinta y uno punto cincuenta y seis. (131.56) Unidades de Valor Tributario.

ARTÍCULO 189°. CAUSACIÓN. El impuesto de Publicidad Exterior Visual se causa al momento de la solicitud de autorización y registro del elemento publicitario.

Cuando no se haya solicitado la autorización ante la administración, se entiende causado el impuesto en el momento de exhibición efectiva de la publicidad.

ARTÍCULO 190°. PERIODO Las tarifas expresadas en el presente artículo son mensuales, o fracción del mes y debe cancelarse en forma anticipada. El periodo de la publicidad exterior móvil también será mensual.

ARTÍCULO 191°. LIQUIDACIÓN Y PAGO. El pago del gravamen otorga derecho a la exhibición de la publicidad durante el mes o fracción del mes, sin importar el contenido exhibido o el desmonte del elemento, y una vez vencido este término debe pagarse nuevamente el impuesto por otro periodo igual.

El pago del impuesto de Publicidad Exterior Visual será requisito indispensable para la autorización e instalación del elemento publicitario.

El Departamento Administrativo de Planeación autorizará, liquidará y emitirá el documento por medio del cual el contribuyente realizará el pago del impuesto, el cual debe ser cancelado dentro de los plazos y lugares establecidos para tal efecto.

PARÁGRAFO. En los casos de instalación del elemento publicitario sin que se realice solicitud de autorización y registro de este, la administración cobrará el impuesto total generado, desde la fecha de exhibición efectiva de la publicidad, y liquidará las sanciones e intereses correspondientes.

ARTÍCULO 192°. CONDICIONES DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN ZONAS URBANAS Y RURALES.



La Publicidad Exterior Visual que se coloque en las áreas urbanas del municipio de **CALARCA** y también en los territorios indígenas, deberá reunir los siguientes requerimientos:

- 1. Distancia.** Podrán colocarse hasta dos vallas contiguas con la Publicidad Exterior Visual. La distancia mínima con las más próximas no puede ser inferior a 80 metros. Dentro de los dos (2) kilómetros de carretera siguiente al límite urbano y territorios indígenas, podrá colocarse una valla cada 200 metros, después de este kilometraje se podrá colocar una valla cada 250 metros;
- 2. Distancia de la vía.** La Publicidad Exterior Visual en las zonas rurales deberán estar a una distancia mínima de quince metros lineales (15 mts/L) a partir del borde de la calzada. La ubicación de la Publicidad Exterior Visual en las zonas urbanas la regularán los Concejos Municipales;
- 3. Dimensiones.** Se podrá colocar Publicidad Exterior Visual, en terrazas, cubiertas y culatas de inmuebles construidos, siempre y cuando su tamaño no supere los costados laterales de dichos inmuebles.

La dimensión de la Publicidad Exterior Visual en lotes sin construir no podrá ser superior a cuarenta y ocho metros cuadrados (48 mts²).

La Publicidad Exterior Visual que utilice servicios públicos deberá cumplir con los requisitos establecidos para su instalación, uso y pago.

En ningún caso la Publicidad Exterior Visual puede obstaculizar la instalación, mantenimiento y operación de los servicios públicos domiciliarios.

Salvo en los lugares que prohíben los literales a) y b) citados del Artículo 3o. de la Ley 140, podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en zonas rurales para advertir sobre la proximidad de un lugar o establecimiento.

Dicha publicidad sólo podrá colocarse al lado derecho de la vía, según el sentido de circulación del tránsito en dos (2) lugares diferentes dentro del kilómetro anterior al establecimiento. Los avisos deberán tener un tamaño máximo de cuatro metros cuadrados (4 mts²) y no podrán ubicarse a una distancia inferior a quince metros (15 mts/l), contados a partir del borde de la calzada más cercana al aviso.

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

A toda Publicidad Exterior Visual deberá dársele adecuado mantenimiento, de tal forma que no presente condiciones de suciedad, inseguridad o deterioro. Los alcaldes deberán efectuar revisiones periódicas para que toda publicidad que se encuentre colocada en el territorio de su jurisdicción dé estricto cumplimiento a esta obligación.

La Publicidad Exterior Visual que cumpla con las condiciones previstas en este capítulo podrá permanecer instalada en forma indefinida. No podrá contener mensajes que constituyan actos de



competencia desleal ni que atenten contra las leyes de la moral, las buenas costumbres o conduzcan a confusión con la señalización vial e informativa.

No podrán utilizarse palabras, imágenes o símbolos que atenten contra el debido respeto a las figuras o símbolos consagrados en la historia nacional. Igualmente se prohíben las que atenten contra las creencias o principios religiosos, culturales o afectivos de las comunidades que defienden los derechos humanos y la dignidad de los pueblos. Toda publicidad debe contener el nombre y teléfono del propietario de la Publicidad Exterior Visual.

La colocación de la Publicidad Exterior Visual en los lugares donde no está prohibida, es libre y por consiguiente no requiere si no del cumplimiento de las condiciones establecidas autorizadas por la presente ley. Ninguna autoridad podrá exigir la obtención de permisos o licencias previas para su colocación. Tampoco podrá impedir la colocación u ordenar la remoción de la Publicidad Exterior Visual que cumpla con las condiciones previstas en la ley.

ARTÍCULO 193°. REGISTRO DE VALLAS PUBLICITARIAS. A más tardar dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la colocación de la Publicidad Exterior Visual, deberá registrarse dicha colocación ante la Secretaría de Planeación Municipal, quien llevará un registro público de colocación de vallas y publicidad exterior visual.

Para efecto del registro, el propietario de la publicidad exterior visual o su representante legal deberá aportar por escrito y mantener actualizada la siguiente información:

1. Nombre de la publicidad y propietario junto con su dirección, documento de identidad o Nit y demás datos para su localización
2. Nombre del dueño del inmueble donde se ubique la publicidad, junto con su dirección, documento de identificación o NIT, según sea el caso, teléfono y demás datos para su localización
3. Recibo de pago del correspondiente impuesto a la publicidad exterior visual, según lo dispuesto en el presente capítulo
4. Ilustración o fotografías de la publicidad exterior visual y la 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.

ARTÍCULO 194°. OBLIGACIONES DEL PROPIETARIO. El propietario de los elementos gravados con el impuesto deberá solicitar autorización para exhibir la publicidad exterior, con anterioridad a la instalación de los elementos ante la Departamento Administrativo de Planeación.

Cuando se trate de Publicidad Exterior Móvil instalada en vehículos que circulen en el Municipio de CALARCÁ, corresponde a la Secretaría de Tránsito y Transporte efectuar el control, la verificación del registro y del pago del impuesto a cargo del contribuyente.

PARÁGRAFO PRIMERO. El propietario de los elementos de publicidad exterior visual informará el desmonte de los elementos dentro de los cinco días posteriores a su ocurrencia, con la finalidad



de no continuar generando el cobro del impuesto por los periodos siguientes. En caso de no informar el desmonte, se presume que el gravamen se sigue causando y deberá ser pagado por el contribuyente, a menos que demuestre la fecha exacta de retiro de la publicidad.

PARÁGRAFO SEGUNDO. La Dirección Administrativa de Planeación deberá verificar que el contribuyente realice la solicitud de autorización mediante el formulario o documento establecido por la Administración, y que se encuentre al día en el pago del impuesto, como requisito indispensable para conceder el registro de nuevos elementos publicitarios o la renovación de los existentes.

Mientras no se expida el acto administrativo que autoriza o renueva la autorización de instalación del elemento y se cancele el valor del tributo, no se podrá realizar la instalación de la publicidad, y en caso de hacerse podrá ser removida por la autoridad respectiva.

PARÁGRAFO TERCERO. El propietario del elemento publicitario exhibido deberá incluir en la estructura, el número de la resolución por medio de la cual la Administración Municipal autorizó la instalación del elemento.

ARTÍCULO 195°. REPORTE DE INFORMACIÓN. El Departamento Administrativo de Planeación deberá enviar quincenalmente a la Secretaría de Hacienda Municipal la información correspondiente a los elementos publicitarios exhibidos en el Municipio de CALARCÁ, en el formato que se defina para tal efecto.

ARTÍCULO 196°. SANCIÓN POR NO REGISTRAR LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL FIJA O MÓVIL ANTE LAS AUTORIDADES MUNICIPALES. En los casos que se detecte la instalación, montaje o exhibición de publicidad exterior visual sin autorización o registro ante la administración municipal, se aplicará al responsable una sanción equivalente al cien por ciento (100%) del valor del impuesto correspondiente al periodo en que estuvo exhibida la publicidad sin legalizar el registro. Lo anterior de acuerdo con todas las disposiciones y exigencias establecidas según la dimensión de la publicidad.

La persona natural o jurídica que desarrolle publicidad exterior visual, en condiciones diferentes a las establecidas en la Ley 140 de 1994 y la ordenanza 343 del 2012, incurrirá en sanción consistente en multa de veinticinco (25) Unidades de Valor Tributario a doscientas cincuenta (250) Unidades de Valor Tributario, según la gravedad de la contravención, y la obligación de desmontar el respectivo elemento de publicidad si fuere en el caso.

La persona natural o jurídica que anuncie cualquier mensaje por medio de la Publicidad Exterior Visual colocada en lugares prohibidos incurrirá en una multa por TREINTA (30) Unidades de Valor Tributario a doscientas cincuenta (250) Unidades de Valor Tributario mensuales, atendida la gravedad de la falta y las condiciones de los infractores. En caso de no poder ubicar al propietario de la Publicidad Exterior Visual, la multa podrá aplicarse al anunciante o a los dueños, arrendatarios, etc. o usuarios del inmueble que permitan la colocación de dicha publicidad.



Se presumirá que la Publicidad Exterior Visual fue colocada en su ubicación de registro, en el orden en que aparezca registrada. Las personas que coloquen publicidad distinta a la prevista y que no la registren en los términos establecidos, incurrirán en las multas que para el efecto se señale, en desarrollo de lo previsto en el Artículo 13 de la Ley 140.

Sin perjuicio de la acción popular consagrada en el Artículo 105 del Código Civil y el Artículo 8o. de la Ley 9a. de 1989 y de otras acciones populares, cuando se hubiese colocado Publicidad Exterior Visual, en sitio prohibido por la ley o en condiciones no autorizadas por ésta, cualquier persona podrá solicitar su remoción o modificación a la alcaldía municipal o distrital respectiva. La solicitud podrá presentarse verbalmente o por escrito, de conformidad con el Código Contencioso Administrativo). De igual manera y sin perjuicio del ejercicio de la acción popular, los alcaldes podrán iniciar una acción administrativa de oficio, para determinar si la Publicidad Exterior Visual se ajusta a la ley.

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

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

Cuando la Publicidad Exterior Visual se encuentre registrada y no se trate de los eventos previstos para ser autorizada, el alcalde dentro de los veinte (20) días hábiles siguientes al día de recepción de la solicitud o de la iniciación de la actuación, debe promover acción popular ante los jueces competentes para solicitar la remoción o modificación de la publicidad. En estos casos acompañará a su escrito copia auténtica del registro de la publicidad.

En las entidades territoriales indígenas los consejos de gobierno respectivos o la autoridad que haga sus veces, serán los responsables del cumplimiento de las funciones que se asignan a las alcaldías distritales y municipales con respecto a este tributo.

PARÁGRAFO. La sanción establecida en el presente artículo se disminuirá al cincuenta por ciento (50%) de la suma determinada por la administración, si la omisión es aceptada antes de que se notifique la imposición de la sanción; o al setenta por ciento (70%) de tal suma, si la omisión es aceptada dentro de los dos (2) meses siguientes a la fecha en que se notifique la sanción.



Para tal efecto, en uno y otro caso, se deberá presentar ante la dependencia que está conociendo de la investigación, un memorial de aceptación de la sanción reducida y deberá efectuarse el pago de esta dentro de los plazos establecidos por la administración. El incumplimiento de lo anterior dará lugar a la pérdida del descuento en la sanción.