



Para contestar cite:
Radicado MT No.: 20231340405391



20-04-2023

Bogotá, D.C.;

Señora:

KAREN MELLISSA GUTIERREZ OCHOA

kmelissagutierrez@gmail.com

Ciudad

Asunto: Tránsito - Publicidad Exterior Visual

Respetada señora Melissa, reciba un cordial saludo de parte del Ministerio de Transporte.

La Oficina Asesora Jurídica (en adelante OAJ) del Ministerio de Transporte, en ejercicio de las facultades legales y reglamentarias, se permite dar alcance a la solicitud contenida en el documento radicado N. [20233030479782](#) de marzo 23 del 2023, mediante el cual formula la siguiente:

CONSULTA

“En el marco de la Ley 140 de 1994 (en adelante “Ley 140”), la cual establece las condiciones en que puede realizarse Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional, resulta necesario consultar:

a. La Publicidad Visual Exterior Móvil que transite en espacios públicos con una dimensión inferior a 8 metros cuadrados ¿puede constituir el hecho generador del impuesto de publicidad Visual Exterior en las diferentes entidades territoriales del país?

b. En caso de que la respuesta anterior sea negativa ¿debe registrarse la Publicidad Visual Exterior Móvil inferior a 8 metros cuadrados?

c. En el caso de tratarse de un vehículo de carga que porta Publicidad Visual Exterior Móvil, ¿los 8 metros cuadrados a los que se refiere el artículo 15 de la Ley 140 se contabilizan por cara o el sumatorio total de las caras donde tiene fijada la publicidad?

d. En el caso de tratarse de un vehículo de carga que porta la marca o logotipo corporativo de una empresa cuyas medidas son inferiores a los 8 metros cuadrados establecidos por ley ¿esto sería constitutivo para la causación del impuesto de Publicidad Visual Exterior?

e. En el caso de tratarse de un vehículo de carga que (i.) porta el color corporativo de una empresa registrado como marca o (ii.) un pantone similar a dicho color, ¿esto sería constitutivo para la acusación del impuesto de Publicidad Visual Exterior?

f. Teniendo en cuenta que el artículo 14 de la Ley 140 autorizó a los concejos municipales, distritales y a las entidades territoriales indígenas, para adecuar el impuesto mencionado, la normativa expedida en la materia por dichas entidades territoriales ¿puede aumentar o disminuir la medida de 8 metros cuadrados establecido en el artículo 15 de la Ley 140 con el fin de causar el impuesto de Publicidad Visual Exterior?

g. En el evento de vehículos que transitan por diferentes municipios del territorio nacional con publicidad visual exterior, ¿ante qué entidad territorial deben cumplir las obligaciones derivadas del impuesto de publicidad los dueños de estos anuncios?

Atención virtual de lunes a viernes desde las 8:30am - 4:30pm, Agendando su cita a través del enlace:

<https://bit.ly/2UFTeTf>

Línea de Servicio al Ciudadano: (+57) 601 3240800 op. 1 Línea gratuita nacional: 018000 112042

Radicación de PQRS-WEB: <https://mintransporte.powerappsportals.com>

Correo electrónico: servicioalciudadano@mintransporte.gov.co





Para contestar cite:
Radicado MT No.: 20231340405391



20-04-2023

h. En consecuencia, de lo anterior ¿cómo se evita o tiene seguridad de que las diferentes entidades territoriales por las que ha transcurrido el vehículo no exijan el pago del impuesto frente a la misma publicidad visual exterior móvil?”.

CONSIDERACIONES:

En virtud de lo preceptuado en el artículo 8 del Decreto 087 de enero 17 de 2011, modificado por el Decreto 1773 de 2018, mediante el cual se establecen entre otras las siguientes funciones de la OAJ de este Ministerio:

“8.1. Asesorar y asistir al Ministro y demás dependencias del Ministerio en la aplicación e interpretación de las normas constitucionales y legales.

(...)

8.7. Atender y resolver las consultas y derechos de petición relacionados con las funciones de la oficina, presentados ante el Ministerio por personas de carácter público o privado”.

Por lo anterior, debemos señalar que esta OAJ tiene funciones específicas, lo que implica analizar de manera abstracta y general el tema objeto de estudio. No tiene facultades para resolver casos concretos presentados a la administración.

Con el fin de dar respuesta a los interrogantes elevados en su escrito de consulta, nos permitimos citar apartes normativos a fin de dilucidar algunos aspectos en el caso que nos ocupa:

Sea lo primero en señalar que el Ministerio de Transporte expidió las Resoluciones 19341 de 2002 y 002444 del 7 de mayo de 2003, por los cuales se reglamenta la ubicación, colocación, características y medidas de las vallas publicitarias y promocionales, letreros y avisos, en desarrollo del artículo 5 de la Ley 769 de 2002, que facultaba a esta entidad para reglamentar todo lo referente, a:

“Artículo 5°. Demarcación y señalización vial. El Ministerio de Transporte reglamentará en un término no mayor de 60 días posteriores a la sanción de esta ley, las características técnicas de la demarcación y señalización de toda la infraestructura vial y su aplicación y cumplimiento será responsabilidad de cada uno de los organismos de tránsito en su respectiva jurisdicción.

De igual manera el Ministerio de Transporte reglamentará en un término no mayor de 60 días calendario posteriores a la sanción de esta ley, todo lo referente a la ubicación y colocación de vallas publicitarias y promocionales, letreros y avisos, sus características y medidas de tal manera que no afecten la visibilidad y concentración del conductor, conforme a lo dispuesto en la [Ley 140 de 1994](#).”

El citado artículo fue modificado por el artículo 3 de la Ley 1383 de 2010, en el sentido de eliminar la facultad que le otorgaba la Ley al Ministerio de transporte, para reglamentar lo atinente a la ubicación y colocación de vallas publicitarias y promocionales, letreros y avisos, como también, sus características y medidas, conforme a lo señalado por la Ley 140 de 1994, así las cosas, **corresponde a los alcaldes o autoridades delegadas la competencia de expedir los registros de autorización para el porte de vallas, letreros o avisos en vehículos automotores registrados en el servicio público.**





Para contestar cite:
Radicado MT No.: 20231340405391



20-04-2023

De otra parte, el artículo 1 de la Ley 140 de 1994, "Por el cual se reglamenta la Publicidad exterior Visual en el territorio nacional", define la publicidad Exterior Visual y el campo de aplicación de las disposiciones en cita:

"Artículo 1°. Campo de aplicación. La presente Ley establece las condiciones en que puede realizarse Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional.

Se entiende por Publicidad Exterior Visual, el medio masivo de comunicación destinado a informar o llama 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.

No se considera Publicidad Exterior Visual para efectos de la presente Ley, 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" (SFT).

Ahora bien, en la Sentencia C-535 de 1996¹ indicó que la publicidad exterior visual hace parte de la noción de "patrimonio ecológico" local, al tenor refiere:

"PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL-Competencia en principio local/PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL-Competencia concurrente

La publicidad exterior visual hace parte de la noción de "patrimonio ecológico" local, por lo cual se está frente a una competencia propia de los concejos municipales y distritales, así como de los órganos de gobierno de los territorios indígenas, la cual les es asignada en función del interés territorial subyacente, pues los problemas de modificación del paisaje que le están asociados abarcan primariamente un ámbito local, por lo cual su regulación corresponde también, en principio, a las autoridades municipales y de los territorios indígenas. Sin embargo, eso no significa que la ley no pueda establecer una normatividad básica nacional en este campo pues, se trata de competencias concurrentes. Lo que no puede el Legislador es vaciar la competencia constitucional propia de los concejos y las autoridades indígenas de dictar normas para proteger, conforme a sus criterios, normas sobre la protección del patrimonio ecológico local" (SFT).

En lo concerniente al impuesto de Publicidad exterior Visual, podría definirse como aquel que grava la colocación de medios masivos de comunicación destinados 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. Al circunscribir la realización del hecho generador a la instalación de este tipo de avisos publicitarios.

1 Corte Constitucional. Sentencia C-535 del 16 de octubre de 1996. Expediente D-1239. M.P: Alejandro Martínez Caballero. En el fallo se aborda la autonomía de las entidades territoriales para gestionar sus propios intereses, indicando que dicha autonomía no se configura como un poder soberano, sino que se explica en un contexto unitario. El equilibrio entre ambos principios se constituye entonces a través de limitaciones.





Para contestar cite:
Radicado MT No.: 20231340405391



20-04-2023

Atendiendo los interrogantes elevados a través del escrito de consulta, nos permitimos dar respuesta en los siguientes términos:

- La Ley 140 de 1994, “Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional”, estableció las condiciones en que puede realizarse la publicidad exterior visual en el Territorio Nacional e instruyó en autoridades locales las facultades para regular dicha publicidad, por lo tanto, las autorizaciones y/o prohibiciones para la instalación de publicidad en los vehículos de servicio particular y público serán las que determine la autoridad de tránsito de la jurisdicción donde pretende circular.
- Para el caso de la ciudad de Bogotá D.C., la Secretaria de Ambiente es la autoridad encargada de realizar la evaluación, control y seguimiento a la publicidad exterior visual en Bogotá, así como también, de la publicidad en elementos como pendones, pasacalles y vehículos para fines exclusivamente culturales, deportivos y temas cívicos, por lo que una vez la máxima autoridad ambiental da un concepto favorable, también se debe contar con la autorización de la respectiva alcaldía local, al respecto ver los Decretos 959 de 2000, “Por el cual se compilan los textos del Acuerdo 01 de 1998 y del Acuerdo 12 de 2000, los cuales reglamentan la publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital de Bogotá” y el Decreto 503 de 2006, “Por el cual se reglamentan los Acuerdos 01 de 1998 y 12 de 2000, compilados en el [Decreto 959 de 2000](#)”.
- Frente al impuesto de Publicidad Exterior Visual referido en la Ley 140 de 1994, el hecho generador se configura con la instalación de este tipo de avisos publicitarios y su causación se realiza de forma inmediata, al respecto el Consejo de Estado mediante Sentencia de radicación No.: 25000-23-27-000-2010-00197-01², en unos de sus apartes indicó:
“Por eso, con arreglo a lo que sobre el particular dispuso la Ley 140 de 1994, siempre que se verifique la exhibición de un aviso publicitario igual o superior a 8m², ya sea que éste cuente o no, con autorización, se causa el impuesto”
- Así las cosas, siempre que se verifique la exhibición de un aviso publicitario igual o superior a 8m², ya sea que éste cuente o no, con autorización, se causa el impuesto Publicidad Exterior Visual, siendo el sujeto activo la entidad territorial donde se cause el Impuesto de PEV y para ello cada Concejo Municipal establecerá los mecanismos y los entes reguladores para su administración y recaudo.
- En los eventos que las vallas publicitarias instaladas tengan dimensiones menores a 8m², se encuentran gravadas dentro del impuesto de Avisos y Tableros³, y se recauda como complementario del impuesto de industria y comercio, al respecto la Sentencia 12646⁴ del 12 de junio del 2002 del Consejo de Estado, expreso:

2 Consejo de Estado. Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Cuarta. Sentencia de Radicación No. 25000-23-27-000-2010-00197-01(19137) del 03 de abril del 2014. C.P.: Jorge Octavio Ramírez.

3 Concepto del Consejo de Estado, Sala de Consulta y Servicio Civil C.E. 1498 de 2003. Se aborda la publicidad la Publicidad Exterior Visual y la forma como debe entenderse su cobro.

4 Consejo de Estado. Sección Cuarta. Sentencia 12646 del 12 de junio del 2002. C.P.: Juan Ángel Palacio Hincapié.





Para contestar cite:

Radicado MT No.: 20231340405391



20-04-2023

"Interpretadas armónicamente las anteriores disposiciones, resulta claro que el legislador previó un gravamen a una tarifa diferente, respecto de cada una de las vallas cuya dimensión sea igual o superior a ocho metros cuadrados, (las de medida inferior, sin importar su número, ya se encontraban gravadas dentro del impuesto de Avisos y Tableros), evento en el cual los sujetos pasivos del impuesto de avisos y tableros, y aquéllos que no lo son pero que también ocupen el espacio público con las mencionadas vallas, pagarán a favor de los sujetos activos, la tarifa establecida en el artículo 14 en concordancia con el artículo 15 de la Ley, la que deberá ser fijada por el respectivo órgano de representación popular, concejo municipal o distrital, autónomamente, pero respetando el límite de cinco salarios mínimos mensuales anuales, por cada valla" (SFT).

Dicho lo anterior, se absuelve el objeto de la consulta, concepto que se emite dentro del término señalado en el artículo 14 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, sustituido por el artículo 1 de la Ley 1755 del 30 de junio de 2015, y tiene el alcance de que trata el artículo 28 del referido Código, en consecuencia, no son de obligatorio cumplimiento, ni tienen efectos vinculantes.

Sin ser otro el objeto de la presente nos suscribimos de usted, no sin antes desearle éxitos en sus labores diarias.

Atentamente.

ANDRÉS FELIPE FERNÁNDEZ ROCHA

Jefe Oficina Asesora Jurídica
Ministerio de Transporte

Elaboró: Abg. Yulimar De Jesús Maestre Viana - Grupo Conceptos y Apoyo Legal - OAJ
Revisó: Abg. Amparo Ramírez Cruz - Grupo Conceptos y Apoyo legal- OAJ
Revisó: Abg. Andrea Beatriz Rozo Muñoz - Coordinadora Grupo Conceptos y Apoyo Legal - OAJ

Documento firmado electrónicamente en el Ministerio de Transporte
Esta es una copia auténtica del documento electrónico
www.mintransporte.gov.co

