



Para contestar cite:
Radicado MT No.: 20231341291851



22-11-2023

Bogotá, D.C.,

Señor

RICARDO DE LA TORRE MERINO

Representante Legal

ROMPOY SAS

ricardo@rompoy.com

Ciudad

Asunto: Solicitud Concepto

Tránsito - Publicidad Exterior Vehículos

Radicado con No. 20233030311762 del 23 de febrero de 2023.

Respetados señores Rompoy S.A.S, reciban un cordial saludo de parte del Ministerio de Transporte.

La Coordinación del Grupo Conceptos y Apoyo Legal de la Oficina Asesora de Jurídica del Ministerio de Transporte, en ejercicio de sus funciones, se permite dar respuesta a la solicitud contenida en el documento radicado N. 20233030311762 de 23 febrero de 2023 2023, mediante el cual formula la siguiente:

CONSULTA

“Es posible brandear un vehículo que sea de Medellín y cumpla las aras disponibles pero la ruta llegue a Rionegro.

Se paga doble tributación en caso de brandear un vehículo que sea de Medellín pero que la ruta llegue a Rionegro.

Hay alguna norma de publicidad exterior en vehículos de transporte publico intermunicipales fuera del área Metropolitana y circule en Medellín”.

CONSIDERACIONES

En virtud de lo preceptuado en el artículo 2 de la Resolución 0005280 del 29 de noviembre de 2013, mediante el cual se establecen entre otras, las funciones del Grupo de Conceptos y Apoyo Legal de la Oficina Asesora de Jurídica de este Ministerio:

“6. Conceptuar en materia de transporte Aéreo, Marítimo, Fluvial, Férreo, Masivo y Terrestre, que no sean competencia de otras entidades.





Para contestar cite:
Radicado MT No.: 20231341291851



22-11-2023

7. Conceptuar y absolver las consultas que sean sometidas a su consideración que formulen los organismos públicos y privados, así como las personas particulares y las demás que sean sometidas a su consideración”.

Por lo anterior, debemos señalar que el Grupo de Conceptos y Apoyo Legal de la Oficina Asesora de Jurídica 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.

Marco normativo

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, 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





Para contestar cite:
Radicado MT No.: 20231341291851



22-11-2023

medidas de tal manera que no afecten la visibilidad y concentración del conductor, conforme a lo dispuesto en la [Ley 140 de 1994](#)". (hoy derogado)

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.**

A su turno, 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).

Desarrollo del problema jurídico.

Cabe mencionar que la palabra brandear un vehículo, no está definida en la Ley, no obstante, se puede entender como una forma de publicidad exterior para el caso objeto de consulta del vehículo.

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.

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.: 20231341291851



22-11-2023

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.

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.

Conclusión

En virtud de las normas parcialmente transcritas y al interrogante elevado en su escrito de consulta, se precisa lo siguiente:

Respuesta a la pregunta 1 y 3

Respecto al objeto de consulta, La Ley 140 de 1994, ***“Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional”***, estableció que 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.

Respuesta a la pregunta 2

Por su parte, la Ley 140 de 1994 señala que serán los entes territoriales quienes podrán determinar los lugares en donde se permite y, así mismo, donde se prohíbe la publicidad exterior, cuya colocación debe ser registrada ante ellos.

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.

Aunado a lo anterior, en el artículo 14 de la Ley 140 de 1994, se autorizó a los concejos municipales, distritales y de las entidades territoriales indígenas que se crean, para adecuar el impuesto autorizado por las Leyes 97 de 1913 y 84 de 1915, al cual se refieren la Ley 14 de 1983, el Decreto ley 1333 de 1986 y la Ley 75 de 1986 de suerte que





Para contestar cite:
Radicado MT No.: 20231341291851



22-11-2023

también cubra la colocación de toda Publicidad Exterior Visual, definida de conformidad con la presente Ley.

Finalmente, la viabilidad de colocar publicidad exterior en un vehículo es competencia de los entes territoriales y, de ser viable, la misma debe ser registrada ante ellos.

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.

Cordialmente.

AMPARO ASTRID RAMÍREZ CRUZ

Coordinadora del Grupo Conceptos y Apoyo Legal
Oficina Asesora de Jurídica
Ministerio de Transporte

Elaboró: Alfonso Sánchez Silva - Contratista 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

