**COMUNICADO DE PRENSA No 49**

**AGOSTO 29 DE 2012**

**BOGOTÁ REQUIERE DE UN ESTATUTO**

**NUEVO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL**

La Comisión del Plan del Concejo de Bogotá, viene discutiendo Proyectos de Acuerdo sobre la publicidad exterior visual en el Distrito Capital. Este nuevo estatuto que se quiere para reglamentar asuntos que no están contemplados en las normas, siendo el Concejo de Bogotá el competente para organizar los elementos de publicidad.

La Secretaria de Ambiente afirma que dejaría de recibir 15.000 millones de pesos cada año por la tasa de registro, pero esto obedece es a la ineficiencia de la propia Secretaría por cuanto tarda hasta dos años para autorizar un registro, y es durante este tiempo que deja de percibirse esta suma de dinero.

Para el Presidente del Concejo Darío Fernando Cepeda, como autor de esta iniciativa, hay una demora por parte de la Secretaría de Ambiente en otorgar los registros, lo cual está causando que la ciudad deje de recibir el impuesto de publicidad exterior establecido en cinco salarios mínimos mensuales por cada valla, Si se parte de la base donde aproximadamente 400 vallas están sin registro.

De otro lado, otro itema tener en cuenta, es la tasa, es el valor que paga el usuario equivalente a los honorarios, viáticos y gastos de viaje en que incurren los profesionales (abogado e ingeniero) encargados de realizar los estudios y análisis para la instalación y seguimiento de las vallas.

Para evitar los abusos en la fijación de estas, la ley fijó una tabla de honorarios a partir de la cual en el 2008 la Secretaria de Ambiente estableció la suma de $50.000 pesos como tasa de evaluación y seguimiento, pero en el 2009 la subió a 3 salarios mínimos mensuales y en el 2011 la aumento nuevamente a 6 salarios mínimos mensuales, es decir, en tres años pasó de $50.000 pesos a más de tres millones de pesos sin justificación técnica o jurídica alguna.

El presidente Cepeda, reitera la voluntad y total disposición del Concejo de Bogotá, para entregar a la ciudad un estatuto, donde se regule integralmente el tema publicitario e invita a la Administración a participar activamente en este proceso, para que se convierta la publicidad en una fuente de ingreso importante para la ciudad.