



ANALES DEL CONCEJO

DE BOGOTÁ, D.C.

PROYECTOS DE ACUERDO

AÑO II N°. 3868 DIRECTORA: LUZ ANGÉLICA VIZCAINO SOLANO ENE. 13 DEL AÑO 2025

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

<u>PROYECTO DE ACUERDO NO 001 DE 2025 PRIMER DEBATE.</u> “POR MEDIO DEL CUAL SE BUSCA INCENTIVAR, INCLUIR Y RECONOCER LA DISCIPLINA DEPORTIVA CHEERLEADING (PORRISMO) COMO DEPORTE INSIGNIA DE BOGOTÁ D.C.”.....	22010
<u>PROYECTO DE ACUERDO NO 002 DE 2025 PRIMER DEBATE.</u> “POR MEDIO DEL CUAL SE CREA EL PROGRAMA DISTRITAL “SEMILLAS DE EQUIDAD” PARA SER IMPLEMENTADO EN LOS COLEGIOS PÚBLICOS DE BOGOTÁ D.C.”.....	22021
<u>PROYECTO DE ACUERDO NO 003 DE 2025 PRIMER DEBATE.</u> “PROYECTO DE ACUERDO MEDIANTE EL CUAL SE ESTABLECEN LINEAMIENTOS PARA LA CREACIÓN DE DISTRITOS DE LUZ ORIENTADOS AL APROVECHAMIENTO ESPECIAL DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL, INCORPORANDO NUEVAS TECNOLOGÍAS E INNOVACIÓN, Y SE DISPONE LA ACTUALIZACIÓN NORMATIVA JUNTO CON LA COMPILACIÓN DE UN DECRETO ÚNICO REGLAMENTARIO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL DISTRITO.”.....	22036
<u>PROYECTO DE ACUERDO NO 004 DE 2025 PRIMER DEBATE.</u> “POR MEDIO DEL CUAL SE PROMUEVE LA CULTURA DE DONACIÓN DE ÓRGANOS EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO CAPITAL Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”.....	22086
<u>PROYECTO DE ACUERDO NO 005 DE 2025 PRIMER DEBATE.</u> “POR MEDIO DEL CUAL SE DEFINEN NORMAS SOBRE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL DISTRITO CAPITAL Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”.....	22099
<u>PROYECTO DE ACUERDO NO 006 DE 2025 PRIMER DEBATE.</u> “POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LINEAMIENTOS PARA FOMENTAR UNA POLÍTICA DE HUMANIZACIÓN EN LA ATENCIÓN EN SALUD EN EL DISTRITO CAPITAL, SE RECONOCE EL DÍA DISTRITAL DE LA HUMANIZACIÓN EN SALUD Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES.”.....	22140
<u>PROYECTO DE ACUERDO NO 007 DE 2025 PRIMER DEBATE.</u> “POR MEDIO DEL CUAL SE INCORPORA EL MONITOREO DE LA SEGURIDAD DEL PACIENTE EN EL OBSERVATORIO DE SALUD DEL DISTRITO CAPITAL Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”.....	22177
<u>PROYECTO DE ACUERDO NO 008 DE 2025 PRIMER DEBATE.</u> “POR MEDIO DEL CUAL SE PROMUEVEN Y FORTALECEN LOS NEGOCIOS LOCALES, EMPRENDIMIENTOS Y MIPYMES PERTENECIENTES AL SECTOR DE ESTÉTICA, BELLEZA Y PELUQUERÍAS EN EL DISTRITO”.....	22196
<u>PROYECTO DE ACUERDO NO 009 DE 2025 PRIMER DEBATE.</u> “POR MEDIO DEL CUAL SE CREA LA ESTRATEGIA INTEGRAL DE «SEGUNDAS OPORTUNIDADES» PARA MUJERES PRIVADAS DE LA LIBERTAD, POSPENADAS Y MUJERES JÓVENES DEL SISTEMA DE RESPONSABILIDAD PENAL PARA ADOLESCENTES EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ.”.....	22221
<u>PROYECTO DE ACUERDO NO 010 DE 2025 PRIMER DEBATE.</u> “POR MEDIO DEL CUAL SE CREA EL SISTEMA INTEGRAL DE ORIENTACIÓN VOCACIONAL Y PROFESIONAL EDUCATIVO EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ”.....	22240

PROYECTO DE ACUERDO NO 001 DE 2025

PRIMER DEBATE

“POR MEDIO DEL CUAL SE BUSCA INCENTIVAR, INCLUIR Y RECONOCER LA DISCIPLINA DEPORTIVA CHEERLEADING (PORRISMO) COMO DEPORTE INSIGNIA DE BOGOTÁ D.C.”

I. SUSTENTO JURÍDICO DE LA INICIATIVA

El presente proyecto de acuerdo está sustentado en las siguientes normas circunscritas a la constitución nacional, a las leyes colombianas y los acuerdos del distrito capital.

- **DE ORDEN CONSTITUCIONAL**

Artículo 49. La atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud.

(...) Toda persona tiene el deber de procurar el cuidado integral de su salud y de su comunidad.

Artículo 52. El ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano.

El deporte y la recreación, forman parte de la educación y constituyen gasto público social.

Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre.

El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará, vigilará y controlará las organizaciones deportivas y recreativas cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas.

Artículo 67. La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura.

La educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente.

(...) Corresponde al Estado regular y ejercer la suprema inspección y vigilancia de la educación con el fin de velar por su calidad, por el cumplimiento de sus fines y por la mejor formación moral, intelectual y física de los educandos; garantizar el adecuado cubrimiento del servicio y asegurar a los menores las condiciones necesarias para su acceso y permanencia en el sistema educativo.

- **DE ORDEN LEGAL**

Ley 181 de 1995 *“Por el cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte.”*

Ley 934 de 2004 *“Por la cual se oficializa la Política de Desarrollo Nacional de la Educación Física y se dictan otras disposiciones.”*

Ley 912 de 2004 *“Por medio de la cual se institucionaliza el tercer domingo del mes de septiembre de cada año como Día Nacional del Deporte, la Recreación y la Educación Física.”*

Ley 1389 de 2010 *“Por la cual se establecen incentivos para los deportistas y se reforman algunas disposiciones de la normatividad deportiva.”*

Ley 1967 de 2019 *“Por la cual se transforma el Departamento Administrativo del Deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre (Coldeportes) en el Ministerio del Deporte.”*

Ley 2369 de 2024 *“Por medio de la cual se crean los Centros de Deporte y Recreación - Cubos y el algoritmo de detección de talentos deportivos - estrella, se asignan funciones al sistema único de información del deporte y se dictan otras disposiciones”*

Ley 2395 de 2024 *“Por medio de la cual se promueve el uso de la infraestructura deportiva, recreativa, de actividad física y cultural, de naturaleza pública, y se dictan otras disposiciones.”*

- **INTERNACIONAL:**

FEDECOLCHEER se alinea con los lineamientos de la **International Cheer Union (ICU)**, que es el ente rector mundial del cheerleading, reconocido por el Comité Olímpico Internacional (COI).

Esto implica que las reglas y regulaciones que aplican en Colombia deben estar en consonancia con las normas internacionales, especialmente en cuanto a seguridad, categorías y competencias.

- **DECRETOS**

1228 de 1995 “Por el cual se revisa la legislación deportiva vigente y la estructura de los organismos del sector asociado con el objeto de adecuarlas al contenido de la Ley 181 de 1995.”

4183 de 2011 “Por el cual se transforma el Instituto Colombiano del Deporte -ColDeportes-, en el Departamento Administrativo del Deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre -COLDEPORTES- y se determina su objetivo, estructura y funciones.”

- **NORMATIVIDAD DISTRITAL**

Acuerdo Distrital 761 de 2020: *“Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas del distrito capital 2020-2024 “un nuevo contrato social y ambiental para la Bogotá del siglo XXI”.*

Artículo 35. Priorización de las acciones del sector Cultura, Recreación y Deporte en la ejecución del Plan Distrital de Desarrollo.

(...) **3.- Finalidad - línea de impacto 3:** Construcción, adecuación, mantenimiento, dotación y prestación del servicio, asociado a infraestructuras culturales que, a partir de las directrices del gobierno distrital, permitan la activación y reactivación económica y social de la ciudad.

Acuerdo Distrital 927 de 2024: *“Por medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo Económico, Social, Ambiental y de Obras Públicas del Distrito Capital 2024-2027 “Bogotá Camina Segura”*

Artículo 9. Propósito y estrategias del objetivo estratégico “Bogotá confía en su bien-estar”
(...) **10.8. Programa 14.** Bogotá deportiva, recreativa, artística, patrimonial e intercultural.

Artículo 67. Programas deportivos. El IDRD llevará a cabo programas deportivos dentro de la jornada escolar complementaria, donde se busca el intercambio y detección de talentos, la convivencia y las relaciones interpersonales, a través de exhibiciones y eventos deportivos. Las actividades no se restringen a un único deporte, sino que fomentan la participación de las niñas y los niños en diferentes disciplinas deportivas.

Artículo 169. Unidad Deportiva el Salitre. El Instituto Distrital de Recreación y Deportes aunará esfuerzos para la gestión de una Alianza Público Privada (APP) para el aprovechamiento económico y desarrollo de infraestructura y equipamientos para la formación y el entrenamiento hacia el alto rendimiento.

- **Reglamento de Federaciones y Ligas**

La Federación Colombiana de Cheerleading regula aspectos específicos del deporte, como los reglamentos para competencias, categorías y certificación de entrenadores y jueces.

RESOLUCIÓN No. - 005- 2024 (Mayo 24 de 2024). “Por medio de la cual se Designan los Jueces del Ranking Nacional de la Federación Colombiana de Porrismo, en las Modalidades de cheer y Performance Cheer, y Ranking Regional en la modalidad de Cheer. para la Temporada de Eventos 2024.

RESOLUCIÓN No. - 003- 2024 (Marzo 19 de 2024). “Por medio de la cual se designan la Selección Colombia en la modalidad PERFORMANCE CHEER, que participará en el Campeonato Mundial de Naciones ICU 2024.”

RESOLUCIÓN No. - 001- 2024 (Marzo 05 de 2024) “Por medio de la cual se designan la Selección Colombia en la modalidad PERFORMANCE CHEER, que participará en el Campeonato Mundial de Naciones ICU 2024.”

II. JUSTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE CONVENIENCIA DE LA INICIATIVA



El cheerleading o porrismo, es reconocido mundialmente como un deporte que conjuga diversas habilidades y capacidades físicas de los practicantes de este. El **cheerleading** en Colombia ha ganado popularidad en los últimos años, evolucionando de ser una actividad

puramente recreativa a un deporte competitivo que combina gimnasia, danza, acrobacias y animación.

Nacido en los Estados Unidos, llegó a Colombia hace 25 años aproximadamente entre las décadas de 1980 y 1990, aunque inicialmente se practicaba de manera informal y con un enfoque recreativo (hobby), durante este período, muchas instituciones educativas, como colegios y universidades, adoptaron la disciplina como una actividad complementaria a los eventos deportivos, especialmente en apoyo a equipos de fútbol y baloncesto.



Evolución del Cheerleading en Colombia:

1. Inicios informales (Década de 1980)

- El cheerleading llegó a Colombia inspirado en la influencia cultural de Estados Unidos, donde ya era popular en las escuelas y universidades.
- En sus comienzos, la actividad se centraba más en el rol tradicional de animación en eventos deportivos, sin incluir elementos acrobáticos o de competencia.

2. Expansión y formalización (Década de 1990)

- En los años 90, algunas instituciones empezaron a integrar movimientos básicos de gimnasia y danza, haciendo que el cheerleading evolucionara hacia una práctica más estructurada.
- Se comenzaron a formar equipos en colegios y universidades, participando en exhibiciones locales.

3. Profesionalización y Competitividad (Década de 2000)

- A partir de los años 2000, el cheerleading en Colombia experimentó un crecimiento significativo, gracias a la influencia de competencias internacionales y la llegada de entrenadores capacitados en técnicas avanzadas.
- Se fundaron academias especializadas y clubes que ofrecían entrenamiento en las modalidades competitivas, como el **All-Star Cheerleading**.
- En esta etapa también se empezaron a realizar las primeras competencias nacionales.

4. Creación de la Federación Colombiana de Cheerleading (2010 en adelante)

- La creación de la **Federación Colombiana de Cheerleading ()** marcó un hito importante, pues estableció un marco regulatorio para el deporte en el país.
- Esto permitió que los equipos colombianos pudieran competir internacionalmente en eventos organizados por la **International Cheer Union (ICU)**.
- Desde entonces, el cheerleading se ha consolidado como un deporte competitivo, con categorías y reglamentos específicos.



El **cheerleading** en Colombia no cuenta con una legislación específica como deporte autónomo en la normativa general del país. Sin embargo, su práctica está regulada y enmarcada dentro de las leyes generales del deporte que rigen en Colombia, especialmente a través del **Sistema Nacional del Deporte**.

El **cheerleading en Colombia** cuenta con convenios y relaciones internacionales, principalmente a través de la **Federación Colombiana de Cheerleading (FEDECOLCHEELER)**. Estos convenios permiten al país alinear su práctica deportiva con estándares globales, fomentar el desarrollo del deporte y participar en competencias internacionales:

1. Afiliación a la (ICU)

- La **ICU (International Cheer Union)** es el organismo rector mundial del cheerleading, reconocido por el Comité Olímpico Internacional (COI). FEDECOLCHEELER está afiliada a la ICU, lo le permite:
 - Participar en campeonatos mundiales organizados por esta entidad.
 - Acceder a programas de formación y certificación de entrenadores, jueces y atletas.
 - Garantizar que las reglas y estándares internacionales se implementen en Colombia.



que

2. Relación con la USASF (United States All Star Federation)

- Aunque no existe un convenio directo, los equipos colombianos siguen los estándares de la **USASF**, que regula las competencias **All-Star** en Estados Unidos, el mercado más desarrollado del cheerleading.
- FEDECOLCHEER adapta estas normativas para garantizar que los equipos colombianos puedan competir en torneos internacionales organizados por esta federación.



3. Participación en el World Cheerleading Championships

- Colombia, a través de FEDECOLCHEER, participa regularmente en el **Campeonato Mundial de Cheerleading** organizado por la ICU.
- Estos eventos son una oportunidad para que los equipos nacionales muestren su nivel y se midan frente a las mejores selecciones del mundo.



a

4. Intercambios y Convenios Educativos

- FEDECOLCHEER colabora con academias y federaciones de otros países, como Estados Unidos, Canadá y países europeos, para promover intercambios de entrenadores, talleres y cursos de capacitación.
- Existen alianzas con entidades internacionales que facilitan la actualización técnica y la formación en seguridad deportiva.

5. Reconocimiento del Comité Olímpico Internacional (COI)

- Gracias al reconocimiento del cheerleading como deporte oficial por parte del COI, Colombia tiene la posibilidad de integrarse a futuros eventos olímpicos o relacionados, una vez que el cheerleading sea incluido en los Juegos Olímpicos.

6. Convenios Regionales

- En América Latina, Colombia participa en competencias regionales y mantiene vínculos con federaciones de países como México, Brasil, y Argentina para fortalecer la práctica del cheerleading en la región.

Estos convenios y relaciones internacionales son cruciales para el crecimiento del cheerleading en Colombia, permitiendo que atletas y entrenadores se mantengan a la vanguardia en un deporte altamente competitivo.

En conclusión como autor del proyecto, es imperativo que Colombia y en especial Bogotá D.C. en cabeza del concejo de la ciudad como máxima autoridad administrativa y reglamentaria tome las banderas de convertir a esta disciplina deportiva en símbolo del deporte de nuestra ciudad, incentive su práctica y sobre todo brinde los espacios necesarios para su practicas y/o competencias.

III. MARCO JURÍDICO Y COMPETENCIA DEL CONCEJO DE BOGOTÁ

EL Concejo de Bogotá es competente para estudiar y aprobar o improbar el presente proyecto de acuerdo en virtud de lo establecido en el Artículo 12 del Decreto ley 1421 de 1993, principalmente en el numeral 1 que facultan a la Corporación para dictar normas así:

DECRETO LEY 1421 de 1993 “Estatuto Orgánico de Bogotá”.

- 1. Dictar las normas necesarias para garantizar el adecuado cumplimiento de las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del Distrito*

IV. IMPACTO FISCAL

En cumplimiento de la Ley 819 de 2003, “Por la cual se dictan normas orgánicas en materia de presupuesto, responsabilidad y transparencia fiscal y se dictan otras disposiciones y que en su artículo 7 determina que: “Análisis del impacto fiscal de las normas. En todo momento, el impacto fiscal de cualquier proyecto de ley, ordenanza o acuerdo, que ordene gasto o que otorgue beneficios tributarios, deberá hacerse explícito y deberá ser compatible con el Marco Fiscal de Mediano Plazo. (...) Los proyectos de ley de iniciativa gubernamental, que planteen un gasto adicional o una reducción de ingresos, deberán contener la correspondiente fuente sustitutiva por disminución de gasto o aumentos de ingresos, lo cual deberá ser analizado y aprobado por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público.”

Aclaramos que las presentes iniciativas **NO generan un impacto fiscal** que implique una modificación en el marco fiscal de mediano plazo, toda vez que no se incrementará el Presupuesto del Distrito, ni ocasionará la creación de una nueva fuente de financiación, ya que las acciones deben estar enmarcadas en los proyectos contenidos en el Plan de Desarrollo Distrital.

V. TÍTULO – ATRIBUCIONES - CONSIDERANDOS

PROYECTO DE ACUERDO NO 001 DE 2025**PRIMER DEBATE**

“POR MEDIO DEL CUAL SE BUSCA INCENTIVAR, INCLUIR Y RECONOCER LA DISCIPLINA DEPORTIVA CHEERLEADING (PORRISMO) COMO DEPORTE INSIGNIA DE BOGOTÁ D.C.”

EL CONCEJO DE BOGOTÁ, D. C.

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el artículo 12 numeral 1 del Decreto Ley 1421 de 1993,

ACUERDA**I. ARTICULADO**

ARTÍCULO 1. OBJETO. El presente acuerdo tiene por objeto reconocer, promover e incluir la disciplina deportiva cheerleading (porrismo) como deporte insignia de Bogotá D.C.

ARTÍCULO 2. La administración distrital a través de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, junto al Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD), Secretaría de Educación, Instituto Distrital para la protección de niñas, niños y adolescentes (IDIPRON) y las demás entidades Distritales, según sus competencias, deberá integrar en sus programas dirigidos a los niños, niñas y adolescentes la disciplina deportiva cheerleading (porrismo) como deporte insignia de Bogotá D.C.

ARTÍCULO 3. La administración distrital a través de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, junto al Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD), Secretaría de Educación, Instituto Distrital para la protección de niñas, niños y adolescentes (IDIPRON) y las demás entidades Distritales, según sus competencias, deberá brindar los espacios para la práctica y competencia de la disciplina deportiva cheerleading (porrismo) como deporte insignia de Bogotá D.C.

PARÁGRAFO 1: Lo anterior deberá estar determinado por los parámetros dictados en las leyes 2369 de 2024 y 2395 de 2024.

PARÁGRAFO 2: El IDRD propenderá por brindar un espacio al interior de la Unidad deportiva el salitre para la práctica deportiva del cheerleading (Porras).

ARTÍCULO 4: La Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte junto con el Instituto Distrital de Recreación y Deporte- IDR y las demás entidades Distritales, según sus competencias, brindara las condiciones para la conformación de los equipos distritales en competencias regionales, nacionales e internacionales, con el fin de garantizar la representatividad, incentivar la práctica deportiva, que permita generar el reconocimiento de su práctica deportiva a nivel distrital, departamental, nacional e internacional.

ARTÍCULO 5: La Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte junto con el Instituto Distrital de Recreación y Deporte- IDR y las demás entidades Distritales, según sus competencias, presentarán un informe semestral (Cada 6 meses) de evaluación y el impacto social que genere la implementación del presente acuerdo ante el Concejo Distrital de Bogotá.

ARTICULO 6. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE.

H.C. JULIÁN ESPINOSA ORTÍZ.

Concejal de Bogotá
Partido Alianza Verde

PROYECTO DE ACUERDO NO 002 DE 2025**PRIMER DEBATE****" POR MEDIO DEL CUAL SE CREA EL PROGRAMA DISTRITAL “SEMILLAS DE EQUIDAD” PARA SER IMPLEMENTADO EN LOS COLEGIOS PÚBLICOS DE BOGOTÁ D.C.”****EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

La igualdad de género es un pilar fundamental para construir una sociedad justa y equitativa. Este proyecto busca institucionalizar un programa educativo integral que se desarrolle dentro de las instituciones oficiales de Bogotá, específicamente durante la jornada escolar, a través de actividades curriculares y extracurriculares.

El objetivo es que este programa no solo brinde herramientas para empoderar a las niñas en el ejercicio pleno de sus derechos, sino que también fomente la empatía en los niños y su compromiso con la construcción de una convivencia basada en la igualdad y el respeto. La educación es un medio poderoso para transformar sociedades y construir una cultura de respeto, igualdad y empatía. Este proyecto busca fortalecer la convivencia escolar promoviendo valores universales que benefician a niñas y niños por igual, con un enfoque que permita cerrar brechas históricas de desigualdad de género y fortalecer el respeto por la diversidad.

Diversos estudios han demostrado que programas educativos con perspectiva de género no solo empoderan a las niñas a explorar su potencial en igualdad de condiciones, sino que también enseñan a los niños habilidades de empatía y trabajo en equipo que los convierten en adultos respetuosos y conscientes. Países como Suecia y Noruega han incorporado la perspectiva de género en sus sistemas educativos, logrando reducir significativamente comportamientos discriminatorios y aumentar la participación de mujeres en áreas como ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM).

En Bogotá, la educación con enfoque de género no busca imponer visiones o ideologías, sino brindar herramientas para que estudiantes comprendan la importancia del respeto mutuo, la equidad de oportunidades y la convivencia pacífica. Este programa permitirá empoderar a niñas, reconociendo las particularidades de su condición de género, y fomentará en los niños una reflexión sobre sus roles en la construcción de una sociedad más equitativa.

I. OBJETO DEL PROYECTO

Institucionalizar el Programa Distrital “SEMILLAS DE EQUIDAD” para la Igualdad y el Empoderamiento, enfocado en cerrar brechas de género y promover una convivencia escolar basada en el respeto y la equidad.

II. CONSIDERACIONES Y JUSTIFICACIÓN

Bogotá enfrenta un desafío crítico en términos de violencia de género, reflejado en tasas alarmantes de feminicidios, violencia intrafamiliar y acoso sexual tanto en espacios públicos como privados. Según estudios y datos recientes, la ciudad se encuentra entre las más afectadas del país, con índices que preocupan debido a la magnitud y la persistencia de estas problemáticas. Además, se estima que las cifras oficiales subestiman el fenómeno, dado que un porcentaje significativo de las víctimas no denuncia, ya sea por miedo, desconocimiento de sus derechos, o la percepción de impunidad en el sistema judicial.

El ámbito laboral tampoco está exento de este problema, con numerosos casos de acoso sexual y discriminación hacia las mujeres, mientras que en el espacio público el acoso callejero sigue siendo un problema generalizado que refuerza estereotipos de género y perpetúa una cultura misógina. Este contexto se agrava por patrones culturales que tienden a normalizar la violencia de género y legitiman comportamientos que vulneran los derechos fundamentales de las mujeres.

En este contexto, el presente proyecto aborda la problemática desde una perspectiva innovadora y transformadora, enfocándose en la educación como herramienta clave para generar cambios estructurales a largo plazo. Diversos estudios internacionales respaldan que las intervenciones educativas desde la niñez son esenciales para prevenir la violencia de género. Este enfoque no solo busca empoderar a las niñas y adolescentes mediante el reconocimiento de sus derechos, sino que también trabaja en la formación de niños con valores de respeto, empatía y corresponsabilidad.

Este programa educativo no solo impactará en la reducción de la violencia de género, sino que también contribuirá de manera significativa a mejorar la seguridad en Bogotá. Una sociedad más igualitaria y respetuosa genera menores índices de criminalidad, lo que, a largo plazo, se traduce en una reducción de la población carcelaria y en la consolidación de una convivencia pacífica. De este modo, la prevención de la violencia contra las mujeres a través de la educación incide en múltiples dimensiones sociales, reduciendo los costos sociales, económicos y emocionales asociados a la inseguridad y a la exclusión social.

El programa también contribuye a construir ciudadanos más responsables y conscientes, preparados para enfrentar los retos de una sociedad moderna y pluralista. Al sembrar valores desde la infancia, Bogotá está apostando por un cambio generacional que impactará no solo

en la reducción de los índices de violencia de género, sino también en la transformación cultural hacia un modelo de convivencia pacífica, equitativa y respetuosa.

Por lo tanto, este proyecto se presenta como una solución estructural, sostenible y de impacto a largo plazo, alineado con los compromisos internacionales de derechos humanos y los objetivos de desarrollo sostenible. La implementación de políticas educativas con enfoque de género es fundamental para garantizar una Bogotá más segura, justa e inclusiva, contribuyendo al bienestar colectivo y al fortalecimiento del tejido social.

El presente proyecto también reconoce que la violencia de género no solo vulnera derechos fundamentales, sino que también tiene un impacto directo en la seguridad de la ciudad. Las dinámicas de violencia intrafamiliar y de género generan entornos hostiles que pueden escalar hacia problemáticas sociales más amplias, contribuyendo a la perpetuación de la inseguridad. En este sentido, abordar estas situaciones desde una perspectiva educativa permitirá prevenir el surgimiento de patrones violentos desde la niñez, fomentando ciudadanos empáticos, respetuosos y responsables.

Un enfoque educativo desde edades tempranas no solo contribuye a disminuir la incidencia de conductas violentas, sino que también tiene el potencial de aliviar la presión sobre el sistema penitenciario. Las estadísticas demuestran que una proporción significativa de personas privadas de la libertad cometieron actos de violencia intrafamiliar o de género. Este proyecto propone una solución a largo plazo al apostar por la prevención de estos delitos mediante la formación en valores de igualdad, respeto y resolución pacífica de conflictos. Además, la inversión en educación como herramienta preventiva genera beneficios tangibles para la seguridad ciudadana. Una sociedad menos violenta resulta en una menor demanda de recursos destinados al sistema de justicia y penitenciario, permitiendo redirigir estos esfuerzos hacia el fortalecimiento de políticas públicas orientadas al bienestar social. Esto, a su vez, contribuye a un entorno urbano más seguro y armónico, donde las relaciones interpersonales se basan en el respeto mutuo y la equidad.

Por último, este proyecto posiciona a Bogotá como una ciudad comprometida con la construcción de una paz duradera, alineándose con los objetivos de desarrollo sostenible y los compromisos internacionales en derechos humanos. Educar a las nuevas generaciones en perspectiva de género no solo transforma la realidad de las mujeres, sino que también crea un modelo de convivencia social más inclusivo y seguro para todos sus habitantes.

El programa propone implementar contenidos y actividades pedagógicas que:

- Empoderen a las niñas: Mediante actividades que les permitan identificar y desarrollar su potencial, eliminando barreras relacionadas con estereotipos de género.
- Eduquen en la empatía: Enseñando a los niños a comprender y valorar las experiencias de sus compañeras, reforzando la importancia del respeto mutuo y la equidad.

- Prevengan comportamientos discriminatorios: Con estrategias orientadas a desmontar patrones culturales que perpetúan desigualdades de género.

Impacto en Bogotá:

- Empoderamiento femenino: Las niñas ganarán confianza en sus capacidades, incluyendo una mayor participación en áreas tradicionalmente dominadas por hombres.
- Transformación cultural: Los estudiantes comprenderán que las diferencias de género no deben ser una barrera para el desarrollo personal o profesional.
- Ambiente escolar inclusivo: La convivencia armónica entre géneros será clave para un aprendizaje efectivo y el bienestar emocional de la comunidad educativa.

III. IMPLEMENTACIÓN

- Formación para profesores en enfoque de género, metodologías inclusivas y herramientas para facilitar conversaciones respetuosas y constructivas.
- Talleres de empoderamiento para niñas y niños, orientados a fortalecer habilidades de liderazgo y confianza, Además, realizar sesiones para niños que promuevan la reflexión sobre igualdad y la importancia del respeto hacia sus compañeras.
- Establecer programas de acompañamiento para que niñas interesadas en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas tengan acceso a mentoras que sirvan como referentes.
- Actividades extracurriculares que resalten historias de mujeres líderes, fomentando el reconocimiento de los aportes femeninos a la sociedad.

IV. IMPACTO ESPERADO

Fomento de la igualdad de género: Contribuir a una sociedad donde niñas y niños tengan iguales oportunidades de desarrollo.

Reducción de comportamientos discriminatorios: Enseñar desde la primera infancia a identificar y rechazar actitudes de exclusión y violencia.

Construcción de ciudadanía: Formar futuros ciudadanos respetuosos, empáticos y comprometidos con la equidad.

Mejoramiento de la seguridad: Proporcionar herramientas educativas que permitan contribuir al mejoramiento de los indicadores de seguridad en Bogotá en materia de violencia contra la mujer, en el mediano y largo plazo.

V. MARCO JURÍDICO

A. DE ORDEN NACIONAL

LEY 115 DE 1994 “Por medio de la cual, se expide la Ley General de Educación”

ARTÍCULO 5o. FINES DE LA EDUCACIÓN. *De conformidad con el artículo 67 de la Constitución Política, la educación se desarrollará atendiendo a los siguientes fines:*

2. La formación en el respeto a la vida y a los demás derechos humanos, a la paz, a los principios democráticos, de convivencia, pluralismo, justicia, solidaridad y equidad, así como en el ejercicio de la tolerancia y de la libertad.

LEY 1620 DEL 2013 “Por la cual se crea el sistema nacional de convivencia escolar y formación para el ejercicio de los derechos humanos, la educación para la sexualidad y la prevención y mitigación de la violencia escolar”

ARTÍCULO 1o. OBJETO. *El objeto de esta ley es contribuir a la formación de ciudadanos activos que aporten a la construcción de una sociedad democrática, participativa, pluralista e intercultural, en concordancia con el mandato constitucional y la Ley General de Educación –Ley 115 de 1994– mediante la creación del Sistema Nacional de Convivencia Escolar y Formación para los Derechos Humanos, la Educación para la Sexualidad y la Prevención y Mitigación de la Violencia Escolar, que promueva y fortalezca la formación ciudadana y el ejercicio de los derechos humanos, sexuales y reproductivos de los estudiantes, de los niveles educativos de preescolar, básica y media y prevenga y mitigue la violencia escolar y el embarazo en la adolescencia.*

ARTÍCULO 2. *En el marco de la presente ley se entiende por:*

Educación para el ejercicio de los derechos humanos, sexuales y reproductivos: *Es aquella orientada a formar personas capaces de reconocerse como sujetos activos titulares de derechos humanos, sexuales y reproductivos con la cual desarrollarán competencias para relacionarse consigo mismo y con los demás, con criterios de respeto por sí mismo, por el otro y por el entorno, con el fin de poder alcanzar un estado de bienestar físico, mental y social que les posibilite tomar decisiones asertivas, informadas y autónomas para ejercer una sexualidad libre, satisfactoria, responsable y sana en torno a la construcción de su proyecto de vida y a la transformación de las dinámicas sociales, hacia el establecimiento de relaciones más justas, democráticas y responsables.*

ARTÍCULO 4o. OBJETIVOS DEL SISTEMA. *Son objetivos del Sistema Nacional de Convivencia Escolar y Formación para los Derechos Humanos, la Educación para la Sexualidad y la Prevención y Mitigación de la Violencia Escolar:*

1. Fomentar, fortalecer y articular acciones de diferentes instancias del Estado para la convivencia escolar, la construcción de ciudadanía y la educación para el ejercicio de los derechos humanos, sexuales y reproductivos de los niños, niñas y adolescentes de los niveles educativos de preescolar, básica y media.
2. Garantizar la protección integral de los niños, niñas y adolescentes en los espacios educativos, a través de la puesta en marcha y el seguimiento de la ruta de atención integral para la convivencia escolar, teniendo en cuenta los contextos sociales y culturales particulares.
3. Fomentar y fortalecer la educación en y para la paz, las competencias ciudadanas, el desarrollo de la identidad, la participación, la responsabilidad democrática, la valoración de las diferencias y el cumplimiento de la ley, para la formación de sujetos activos de derechos.
4. Promover el desarrollo de estrategias, programas y actividades para que las entidades en los diferentes niveles del Sistema y los establecimientos educativos fortalezcan la ciudadanía activa y la convivencia pacífica, la promoción de derechos y estilos de vida saludable, la prevención, detección, atención y seguimiento de los casos de violencia escolar, acoso escolar o vulneración de derechos sexuales y reproductivos e incidir en la prevención y mitigación de los mismos, en la reducción del embarazo precoz de adolescentes y en el mejoramiento del clima escolar.

LEY 1098 DEL 2006 “Por medio de la cual se expide la Ley de Infancia y Adolescencia”

ARTÍCULO 41. OBLIGACIONES DEL ESTADO. *El Estado es el contexto institucional en el desarrollo integral de los niños, las niñas y los adolescentes. En cumplimiento de sus funciones en los niveles nacional, departamental, distrital y municipal deberá:*

8. Promover en todos los estamentos de la sociedad, el respeto a la integridad física, psíquica e intelectual y el ejercicio de los derechos de los niños, las niñas y los adolescentes y la forma de hacerlos efectivos.
9. Formar a los niños, las niñas y los adolescentes y a las familias en la cultura del respeto a la dignidad, el reconocimiento de los derechos de los demás, la convivencia democrática y los valores humanos y en la solución pacífica de los conflictos.
19. Garantizar un ambiente escolar respetuoso de la dignidad y los Derechos Humanos de los niños, las niñas y los adolescentes y desarrollar programas de formación de maestros para la promoción del buen trato.

ARTÍCULO 43. OBLIGACIÓN ÉTICA FUNDAMENTAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS. *Las instituciones de educación primaria y secundaria, públicas y privadas, tendrán la obligación fundamental de garantizar a los niños, niñas y adolescentes el pleno respeto a su dignidad, vida, integridad física y moral dentro de la convivencia escolar. Para tal efecto, deberán:*

1. Formar a los niños, niñas y adolescentes en el respeto por los valores fundamentales de la dignidad humana, los Derechos Humanos, la aceptación, la tolerancia hacia las diferencias entre personas. Para ello deberán inculcar un trato respetuoso y considerado hacia los demás, especialmente hacia quienes presentan discapacidades, especial vulnerabilidad o capacidades sobresalientes.

B. DE ORDEN CONSTITUCIONAL

ARTÍCULO 1º. Atinente a los principios fundamentales, que determina:

“Colombia es un Estado social de derecho, con autonomía de sus entidades territoriales, fundada en el respeto de la dignidad humana, y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general”.

ARTÍCULO 2º. Referente a los fines del Estado:

“Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general, y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación”.

“Las autoridades de la República están instituidas para proteger a todas las personas residentes en Colombia, y demás derechos y libertades, y para asegurar el cumplimiento de los deberes sociales del Estado y de los particulares”.

ARTÍCULO 13. Derecho a la igualdad:

“Todas las personas nacen libres e iguales ante la ley, recibirán la misma protección y trato de las autoridades y gozarán de los mismos derechos, libertades y oportunidades sin ninguna discriminación por razones de sexo, raza, origen nacional o familiar, lengua, religión, opinión política o filosófica.

El Estado promoverá las condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y adoptará medidas en favor de grupos discriminados o marginados.”

ARTÍCULO 16. Sobre el fomento del desarrollo de la personalidad libre de estereotipos:

“Todas las personas tienen derecho al libre desarrollo de su personalidad sin más limitaciones que las que imponen los derechos de los demás y el orden jurídico.”

ARTÍCULO 43. Sobre el reconocimiento de la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres:

“La mujer y el hombre tienen iguales derechos y oportunidades. La mujer no podrá ser sometida a ninguna clase de discriminación (...)”

ARTÍCULO 67. Sobre la formación integral basada en el respeto:

“La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura.

La educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente.”

ARTÍCULO 70. Sobre la obligación a cargo del Estado en el fomento de la diversidad:

“El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional.

La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país. El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación.”

ARTÍCULO 93. Sobre la integración de los tratados internacionales sobre derechos humanos al bloque de constitucionalidad:

“Los tratados y convenios internacionales ratificados por el Congreso, que reconocen los derechos humanos y que prohíben su limitación en los estados de excepción, prevalecen en el orden interno.

Los derechos y deberes consagrados en esta Carta se interpretarán de conformidad con los tratados internacionales sobre derechos humanos ratificados por Colombia.”

C. NORMAS DE CARÁCTER INTERNACIONAL

DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS (1948)

ARTÍCULO 26, NUMERAL 2. Sobre el contenido del derecho a la educación:

“2. La educación tendrá por objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana y el fortalecimiento del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales; favorecerá la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las naciones y todos los grupos étnicos o religiosos, y promoverá el desarrollo de las actividades de las Naciones Unidas para el mantenimiento de la paz.”

CONVENCIÓN SOBRE LA ELIMINACIÓN DE TODAS LAS FORMAS DE DISCRIMINACIÓN CONTRA LA MUJER (CEDAW, 1979)

“Artículo 10: Los Estados Partes adoptarán todas las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer, a fin de asegurarle la igualdad de derechos con el hombre en la esfera de la educación y en particular para asegurar, en condiciones de igualdad entre hombres y mujeres(…)”

CONVENCIÓN SOBRE LOS DERECHOS DEL NIÑO (1989)

“Artículo 29. (...) d) Preparar al niño para asumir una vida responsable en una sociedad libre, con espíritu de comprensión, paz, tolerancia, igualdad de los sexos y amistad entre todos los pueblos, grupos étnicos, nacionales y religiosos y personas de origen indígena(...)”

AGENDA 2030 PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE, 2015)

“Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos(...)

Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas(...)”

PROTOCOLO DE SAN SALVADOR (1988)

“Artículo 13. Los Estados Partes en el presente Protocolo convienen en que la educación deberá orientarse hacia el pleno desarrollo de la personalidad humana y del sentido de su dignidad y deberá fortalecer el respeto - 17 - por los derechos humanos, el pluralismo ideológico, las libertades fundamentales, la justicia y la paz. Convienen, asimismo, en que la educación debe capacitar a todas las personas para participar efectivamente en una sociedad democrática y pluralista, lograr una subsistencia digna, favorecer la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las naciones y todos los grupos raciales, étnicos o religiosos y promover las actividades en favor del mantenimiento de la paz(...)”

CONVENCIÓN AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS (1969)

“Artículo 26. Desarrollo Progresivo Los Estados Partes se comprometen a adoptar providencias, tanto a nivel interno como mediante la cooperación internacional, especialmente económica y técnica, para lograr progresivamente la plena efectividad de los derechos que se derivan de las normas económicas, sociales y sobre educación, ciencia y cultura, contenidas en la Carta de la Organización de los Estados Americanos, reformada por el Protocolo de Buenos Aires, en la medida de los recursos disponibles, por vía legislativa u otros medios apropiados.”

RECOMENDACIÓN GENERAL NO. 36 DEL COMITÉ CEDAW (2017)

“(...)Sin embargo, las niñas y las mujeres tienen dificultades desmedidas para reivindicar y ejercer su derecho humano fundamental a la educación por diversos factores, entre los que destacan las barreras de acceso que enfrentan las niñas y las mujeres de grupos desfavorecidos y marginados, exacerbadas por la pobreza y las crisis económicas; los estereotipos de género en los planes de estudios, los libros de texto y los procesos pedagógicos; la violencia contra las niñas y las mujeres dentro y fuera de la escuela; y los obstáculos de orden estructural e ideológico para que se decanten por disciplinas académicas o de formación profesional dominadas por los hombres (...)”

NORMATIVIDAD DISTRITAL

ACUERDO 676 DE 2017

“Artículo 3. EDUCACIÓN PARA LA PREVENCIÓN. La educación será considerada una herramienta para la prevención de la violencia basada en género y la materialización del feminicidio. En este sentido, todas las entidades distritales incorporarán en sus procesos formativos la perspectiva de género y desarrollarán estrategias tendientes a prevenir toda forma de violencia contra las mujeres.

Parágrafo. Corresponde a la Administración distrital brindar capacitación específica en prevención de Violencia de Género y feminicidio a los funcionarios del orden distrital.”

DECRETO 166 DE 2010

“(…)a.2. Promoción de una cultura de paz. El propósito es promover la educación en derechos humanos, derechos de las mujeres y eliminación de todas las formas de discriminación en razón al sexo, generación, cultura, etnia, identidad campesina, religión, ideología, condición socioeconómica, territorio, orientación sexual y construcción de identidades de género y condiciones de discapacidad. Este componente insta a eliminar toda práctica del uso del cuerpo de las mujeres como territorio de confrontación violenta. Promover la cultura de la paz y la solución pacífica a los conflictos sociales, económicos, culturales y políticos, desde un enfoque diferencial de género, y promover la deconstrucción de los imaginarios de masculinidad y feminidad frente a la paz y a la guerra.(…)”

PLAN DISTRITAL DE DESARROLLO, “BOGOTÁ CAMINA SEGURA”

“8.2. Programa 2. Cero tolerancia a las violencias contra las mujeres y violencias basadas en género. Bogotá se compromete a proteger y garantizar a las mujeres, en todas sus diferencias y diversidades, el derecho a una vida libre de violencias, asegurando su integridad mediante componentes de programas de prevención, atención especializada, acceso a la justicia y articulación de acciones entre el orden distrital y nacional. Este compromiso busca la garantía del pleno goce de sus derechos en los ámbitos públicos y privados, así como en el transporte público. En Bogotá, las mujeres tienen el derecho fundamental de vivir, habitar y movilizarse sin miedo, con la certeza de regresar a casa sanas y salvas.

El reconocimiento de este derecho es una prioridad establecida por la Política Pública para las Mujeres y la Equidad de Género (PPMYEG), y su garantía implica reconocer los impactos diferenciados que enfrentan las mujeres en materia de seguridad, así como la responsabilidad de una actuación integral en el marco del deber de debida diligencia y demás estándares internacionales de protección.

La Administración distrital fortalecerá la articulación de los sectores y todas las entidades competentes, para que, en el marco del principio de corresponsabilidad, concurren en la garantía del derecho de las mujeres a vivir una vida libre de violencias. Se impulsarán estrategias integrales de prevención y transformación cultural, así como una atención integral a las víctimas para garantizar su acceso a la justicia y la respuesta oportuna, robusteciendo esquemas de atención articulados en los territorios y a nivel distrital, que permitan a las mujeres, en sus diferencias y diversidades, acceder de manera oportuna y gratuita a servicios de calidad y especializados desde los enfoques de género, derechos y diferencial(…)”

ACUERDO 489 DE 2012

“4. Educación inicial diferencial, inclusiva y de calidad para disfrutar y aprender desde la primera infancia. Acciones pedagógicas, seguimiento al desarrollo y estructuración de orientaciones que privilegien

oportunidades para el desarrollo de las capacidades de los niños y las niñas, de acuerdo con sus condiciones y características particulares; a través de su vinculación en las diferentes modalidades de atención integral que contempla como pilares de la educación inicial el arte, la literatura, la exploración del medio y el juego y la formación de públicos activos y críticos en arte cultura y patrimonio. Los niños y las niñas accederán con equidad a servicios de calidad, que se enmarquen en lineamientos y estándares que promuevan igualdad de oportunidades para el desarrollo infantil. Se implementará la educación inicial (pre escolar) pública de tres grados(...)"

VI. COMPETENCIA DEL CONCEJO

El Decreto Ley 1421 de 1993: ***“Por el cual se dicta el régimen especial para el Distrito Capital de Santafé de Bogotá”***. Expresa en el artículo 12, numeral 1, lo siguiente:

Artículo 12. Atribuciones. Corresponde al Concejo Distrital, de conformidad con la Constitución y la ley:

1. *Dictar las normas necesarias para garantizar el adecuado cumplimiento de las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del Distrito.*

Proyecto de acuerdo no. 081 de 2013: ***“Por medio del cual se otorgan estímulos, en el marco de la ley 1505 de 2012, a los voluntarios de la defensa civil, de los cuerpos de bomberos y de la cruz roja que operan en el distrito capital”***.

VII. IMPACTO FISCAL

De conformidad con lo anterior y en cumplimiento del Artículo 7° de la Ley 819 de 2003: ***“Por la cual se dictan normas orgánicas en materia de presupuesto, responsabilidad y transparencia fiscal y se dictan otras disposiciones”***. Aclaremos que la presente iniciativa no genera un impacto fiscal que implique una modificación en el marco fiscal de mediano plazo, toda vez que no se incrementará el Presupuesto del Distrito, ni ocasionará la creación de una nueva fuente de financiación, ya que las acciones deben estar enmarcadas en los proyectos contenidos en el Plan de Desarrollo Distrital.

“8.2. Programa 2. Cero tolerancias a las violencias contra las mujeres y violencias basadas en género (...)

La Administración distrital fortalecerá la articulación de los sectores y todas las entidades competentes, para que, en el marco del principio de corresponsabilidad, concurren en la garantía del derecho de las mujeres a vivir una vida libre de violencias. Se impulsarán estrategias integrales de prevención y transformación cultural, así como una atención integral a las víctimas para garantizar su acceso a la justicia y la respuesta oportuna, robusteciendo esquemas de atención articulados en los territorios y a nivel distrital, que permitan a las mujeres, en sus diferencias y diversidades, acceder de manera oportuna y gratuita a servicios de calidad y especializados desde los enfoques de género, derechos y diferencial.”

VIII. BIBLIOGRAFIA

Congreso de Colombia. (1994). Ley 115 de 1994: Ley General de Educación. Disponible en https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf

Congreso de Colombia. (2006). Ley 1098 de 2006: Código de Infancia y Adolescencia. Diario Oficial No. 46.446. Disponible en de <https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/codigoinfancialey1098.pdf>

Congreso de Colombia. (2008). Ley 1257 de 2008: Por la cual se dictan normas para la sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres. Diario Oficial No. 47.219. Disponible en <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34054>

Congreso de Colombia. (2013). Ley 1620 de 2013: Sistema Nacional de Convivencia Escolar y Formación para el Ejercicio de los Derechos Humanos, la Educación para la Sexualidad y la Prevención y Mitigación de la Violencia Escolar. Diario Oficial No. 48.733. Disponible en https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-327397_archivo_pdf_proyecto_decreto.pdf

Constitución Política de Colombia. (1991). Constitución Política de Colombia de 1991. Diario Oficial No. 48.235. Disponible en http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Presidencia de la República de Colombia. (1993). Decreto Ley 1421 de 1993: Por el cual se dicta el régimen especial para el Distrito Capital de Bogotá. Diario Oficial No. 41.078. Disponible en <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=106394>

Asamblea General de las Naciones Unidas. (1948). Declaración Universal de los Derechos Humanos. Disponible en <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

Asamblea General de las Naciones Unidas. (1979). Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW). Disponible en <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/convention-elimination-all-forms-discrimination-against-women>

Asamblea General de las Naciones Unidas. (1989). Convención sobre los Derechos del Niño. Disponible en <https://www.un.org/es/events/childrenday/pdf/derechos.pdf>

Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Disponible en https://unctad.org/system/files/official-document/ares70d1_es.pdf

Organización de los Estados Americanos (OEA). (1994). Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belém do Pará). Recuperado de <https://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/a-61.html>

Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses. (2023). Estadísticas sobre violencia de género en Colombia. Recuperado de <https://www.ins.gov.co/buscadoreventos/Informesdeevento/VIOLENCIA%20DE%20GENERO%20INFORME%20PRIMER%20SEMESTRE%202023.pdf>

ONU Mujeres. (2021). Informes sobre el impacto de la educación en la igualdad de género y la prevención de violencia. Recuperado de <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/prevention>

UNICEF. (2020). El estado de la infancia en el mundo: Igualdad de género y educación. Recuperado de <https://www.unicef.org/es/igualdad-de-genero>

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2024). *Plan Distrital de Desarrollo 2024-2027: Bogotá Camina Segura*. Secretaría Distrital de Planeación.

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2010). Decreto 166 de 2010: Por el cual se reglamenta la implementación de la Política Pública de Mujer y Género en Bogotá D.C. Secretaría Distrital de la Mujer.

Concejo de Bogotá. (2006). Acuerdo 257 de 2006: Por el cual se dictan normas básicas sobre la estructura, organización y funcionamiento de Bogotá D.C. Diario Oficial No. 46446.

Concejo de Bogotá. (2012). Acuerdo 489 de 2012: Por el cual se declara el enfoque diferencial como criterio rector en todas las políticas públicas distritales. Diario Oficial No. 48482.

Concejo de Bogotá. (2016). Acuerdo 641 de 2016: Por el cual se establece la ley de convivencia escolar en Bogotá D.C. Diario Oficial No. 49976.

Concejo de Bogotá. (2017). Acuerdo 676 de 2017: Por el cual se establece la Política Pública Distrital de Mujeres y Equidad de Género. Diario Oficial No. 50325.

Concejo de Bogotá. (2020). Acuerdo 761 de 2020: Por el cual se crea la Política Pública de Cultura Ciudadana en Bogotá. Diario Oficial No. 51389.

Cordialmente,

QUENA MARIA RIBADENEIRA MIÑO
Concejala de Bogotá

PROYECTO DE ACUERDO NO 002 DE 2025**PRIMER DEBATE****“POR MEDIO DEL CUAL SE CREA EL PROGRAMA DISTRITAL “SEMILLAS DE EQUIDAD” PARA SER IMPLEMENTADO EN LOS COLEGIOS PÚBLICOS DE BOGOTÁ D.C.”**

El Concejo de Bogotá D.C.

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el numeral 1 del artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993,

ACUERDA:

ARTÍCULO 1. Objeto: Crear el Programa Distrital “Semillas de Equidad” para ser implementado en los colegios públicos de Bogotá, con el propósito de promover una cultura de respeto mutuo, equidad de género y prevención de la violencia basada en género desde la primera infancia.

ARTÍCULO 2. Objetivos del Programa. El programa tiene como objetivos:

1. Inculcar valores de igualdad, respeto y empatía entre los estudiantes.
2. Prevenir y mitigar comportamientos discriminatorios y violentos hacia cualquier género.
3. Promover el empoderamiento de las niñas como agentes de cambio en sus comunidades.
4. Sensibilizar a los niños y las niñas sobre la importancia de la equidad de género y el respeto por las diferencias.

ARTÍCULO 3. Implementación del Programa. La Secretaría de Educación Distrital en compañía de la secretaria Distrital de la Mujer serán responsables de:

1. Diseñar e incorporar contenidos educativos con enfoque de género en los currículos de los colegios públicos.
2. Capacitar a los docentes en metodologías pedagógicas que promuevan la igualdad y el respeto de género.
3. Coordinar con las instituciones educativas y otras entidades distritales la implementación de actividades pedagógicas, talleres y campañas de sensibilización sobre igualdad de género.

ARTÍCULO 4. Enfoque diferencial y transversalidad. El programa garantizará un enfoque diferencial que contemple las diversas necesidades de las niñas y niños en los entornos escolares, asegurando la transversalidad del enfoque de género en todas las áreas del conocimiento y actividades extracurriculares.

ARTÍCULO 5. La Secretaría de Educación del Distrito, en coordinación con la Secretaría de la Mujer y otras entidades distritales pertinentes, impulsará alianzas con organizaciones, universidades y organismos internacionales para fortalecer el desarrollo del programa.

ARTÍCULO 7. Vigencia. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación.

PUBLIQUESE Y CUMPLASE

PROYECTO DE ACUERDO NO 003 DE 2025

PRIMER DEBATE

"PROYECTO DE ACUERDO MEDIANTE EL CUAL SE ESTABLECEN LINEAMIENTOS PARA LA CREACIÓN DE DISTRITOS DE LUZ ORIENTADOS AL APROVECHAMIENTO ESPECIAL DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL, INCORPORANDO NUEVAS TECNOLOGÍAS E INNOVACIÓN, Y SE DISPONE LA ACTUALIZACIÓN NORMATIVA JUNTO CON LA COMPILACIÓN DE UN DECRETO ÚNICO REGLAMENTARIO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL DISTRITO."

1. Objeto del Proyecto de Acuerdo

El desarrollo de un nuevo marco regulatorio tiene como objetivo abordar las necesidades paisajísticas de la ciudad, transformando el paisaje urbano en una herramienta interactiva que refleje las dinámicas sociales y económicas emergentes. Este enfoque busca consolidar una propuesta integradora y armonizadora que optimice la calidad y funcionalidad del paisaje urbano.

El proceso incluye el reconocimiento y regulación de prácticas publicitarias innovadoras, incorporando tecnologías de vanguardia. Esto permitirá establecer una normativa actualizada que defina los parámetros para la instalación, ubicación, condiciones técnicas y control de la publicidad exterior visual en el Distrito Capital.

El propósito principal es garantizar la descontaminación visual y preservar la integridad del espacio público, promoviendo un entorno estético y funcional. De esta manera, se ofrecerá a la ciudad una propuesta de paisaje urbano que esté en sintonía con las constantes transformaciones tecnológicas y dinámicas propias de una urbe en evolución.

2. Antecedentes del Proyecto de Acuerdo

Número y título del Proyecto de Acuerdo	Sentido de la ponencia
Proyecto de Acuerdo No. 192 de 2024 “Proyecto de acuerdo para la creación y lineamientos de distritos de luz, aprovechamiento especial de publicidad exterior visual con nuevas tecnologías e innovación en el distrito y se dictan otras disposiciones”	H.C. Julián Felipe Triana Vargas (Coordinador Ponente) y H.C. Juan David Quintero Rubio (Ponente). Ponencia positiva con modificaciones.
Proyecto de Acuerdo No. 361 de 2024 “Proyecto de acuerdo para la creación y lineamientos de distritos de luz, aprovechamiento especial de publicidad exterior visual con nuevas tecnologías e innovación en el distrito y se dictan otras disposiciones”	H.C. Julián Felipe Triana Vargas (Coordinador Ponente) y H.C. Juan David Quintero Rubio (Ponente). Ponencia positiva con modificaciones.

Número y título del Proyecto de Acuerdo	Sentido de la ponencia
Proyecto de Acuerdo No. 578 de 2024 “Proyecto de acuerdo para la creación y lineamientos de distritos de luz, aprovechamiento especial de publicidad exterior visual con nuevas tecnologías e innovación en el distrito y se dictan otras disposiciones”	H.C. Julián Felipe Triana Vargas (Coordinador Ponente) y H.C. Juan David Quintero Rubio (Ponente). Ponencia positiva con modificaciones.
Proyecto de Acuerdo No. 839 de 2024 “Proyecto de acuerdo para la creación y lineamientos de distritos de luz, aprovechamiento especial de publicidad exterior visual con nuevas tecnologías e innovación en el distrito y se dictan otras disposiciones”	H.C. Julián Felipe Triana Vargas (Coordinador Ponente) y H.C. Juan David Quintero Rubio (Ponente). Ponencia positiva con modificaciones.

3. Sustento Jurídico

3.1. Constitución Política de Colombia

Artículo 1. Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general. (Subrayado fuera de Texto)

Artículo 70. El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional.

La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las personas que conviven en el país. El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación.

Artículo 71. La búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres. Los planes de desarrollo económico y social incluirán el fomento a las ciencias y, en general, a la cultura. El Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología y las demás manifestaciones culturales y ofrecerá estímulos especiales a personas e instituciones que ejerzan estas actividades.

Artículo 72. El patrimonio cultural de la Nación está bajo la protección del Estado. El patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional, pertenecen a la Nación y son inalienables, inembargables e imprescriptibles. La ley establecerá los mecanismos para adquirirlos cuando se encuentren en manos de particulares y

reglamentará los derechos especiales que pudieran tener los grupos étnicos asentados en territorios de riqueza arqueológica.

Artículo 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectar. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.

Artículo 80. El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. (...)

Artículo 82. Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular.

Las entidades públicas participarán en la plusvalía que genere su acción urbanística y regularán la utilización del suelo y del espacio aéreo urbano en defensa del interés común.

Artículo 287. Las entidades territoriales gozan de autonomía para la gestión de sus intereses, y dentro de los límites de la Constitución y la ley. En tal virtud tendrán los siguientes derechos:

1. Gobernarse por autoridades propias.
2. Ejercer las competencias que les correspondan.
3. Administrar los recursos y establecer los tributos necesarios para el cumplimiento de sus funciones.
4. Participar en las rentas nacionales.

Artículo 311. Al municipio como entidad fundamental de la división político-administrativa del Estado le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes. (Subrayado fuera de Texto)

Artículo 313. Corresponde a los concejos: (...) 9. Dictar las normas necesarias para el control, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural del municipio.

Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. (...) La ley delimitará el alcance de

la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación. (Subrayado fuera de texto)

3.2. Ámbito Legal

3.2.1. Ley 1421 de 1993 “Por el cual se dicta el régimen especial para el Distrito Capital de Santafé de Bogotá”

Numeral 8 del Artículo 12. Dictar las normas necesarias para garantizar la preservación y defensa del patrimonio ecológico, los recursos naturales y el medio ambiente.

3.2.2. Ley 140 de 1994 “por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional”

Artículo 1. Campo de la 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 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 peatones o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas. (Subrayado fuera de Texto)

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.

Artículo 2. Objetivos. La presente Ley tiene por objeto mejorar la calidad de vida de los habitantes del país, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en relación con la Publicidad Exterior Visual. (Subrayado fuera de Texto)

La Ley deberá interpretarse y aplicarse teniendo en cuenta los anteriores objetivos.

Numeral C del Artículo 3. Lugares de ubicación. Podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en todos los lugares del territorio nacional, salvo en los siguientes:

- c) Donde lo prohíban los Concejos Municipales y Distritales conforme a los numerales 7o y 9o del artículo 313 de la Constitución Nacional; (...)

Artículo 14. Impuestos. Autorízase a los Concejos Municipales, Distritales y de las entidades territoriales indígenas que se creen, para que a partir del año calendario siguiente al de entrada en vigencia de la presente Ley, adecuen 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 13332 de 1986 y la Ley 75 de 1986, de suerte que también cubra la colocación de la Publicidad Exterior Visual, definida de conformidad con la presente Ley. En ningún caso, la suma total de impuestos que ocasiones cada Valla podrá superar el monto equivalente a cinco (5) salarios mínimos mensuales por año.

Las autoridades municipales tomarán las medidas necesarias para que los funcionarios encargados del cobro y recaudo del impuesto reciban los nombres y número del Nit de las personas que aparezcan en el registro de Publicidad Exterior Visual de que trata el artículo 12 de la presente Ley.

Así las cosas, se asigna la competencia a los Concejos Municipales y Distritales, para reglamentar el registro de publicidad exterior, en el desarrollo de actividades tributarias y de control, como también el margen de acción que estas autoridades administrativas poseen, con relación a un rol garante y de conformidad a la cláusula general de obligación del Estado que, como parte de él y como autoridades ambientales asisten a tales corporaciones.

3.2.3. Ley 9 de 1989 “Por la cual se dictan normas sobre planes de desarrollo municipal, compraventa y expropiación de bienes y se dictan otras disposiciones”

Artículo 5. Entiéndese por espacio público el conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza, por su uso o afectación, a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden, por tanto, los límites de los intereses individuales de los habitantes.

Así, constituyen el espacio público de la ciudad las áreas requeridas para la circulación, tanto peatonal como vehicular, las áreas para la recreación pública, activa o pasiva, para la seguridad y tranquilidad ciudadana, las franjas de retiro de las edificaciones sobre las vías, fuentes de agua, parques, plazas, zonas verdes y similares, las necesarias para la instalación y mantenimiento de los servicios públicos básicos, para la instalación y uso de los elementos constitutivos del amoblamiento urbano en todas sus expresiones, para la preservación de las obras de interés público y de los elementos históricos, culturales, religiosos, recreativos y artísticos, para la conservación y preservación del paisaje y los elementos naturales del entorno de la ciudad, los necesarios para la preservación y conservación de las playas marinas y fluviales,

los terrenos de bajamar, así como de sus elementos vegetativos, arenas y corales y, en general , por todas las zonas existentes o debidamente proyectadas en las que el interés colectivo sea manifiesto y conveniente y que constituyan, por consiguiente, zonas para el uso o el disfrute colectivo.

3.2.4. Ley 99 de 1993 “por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones.”

Artículo 63. Principios Normativos Generales. A fin de asegurar el interés colectivo de un medio ambiente sano y adecuadamente protegido, y de garantizar el manejo armónico y la integridad del patrimonio natural de la Nación, el ejercicio de las funciones en materia ambiental por parte de las entidades territoriales, se sujetará a los principios de armonía regional, gradación normativa y rigor subsidiario definidos en el presente artículo.

Principio de Armonía Regional. Los Departamentos, los Distritos, los Municipios, los Territorios Indígenas, así como las regiones y provincias a las que la ley diere el carácter de entidades territoriales, ejercerán sus funciones constitucionales y legales relacionadas con el medio ambiente y los recursos naturales renovables, de manera coordinada y armónica, con sujeción a las normas de carácter superior y a las directrices de la Política Nacional Ambiental, a fin de garantizar un manejo unificado, racional y coherente de los recursos naturales que hacen parte del medio ambiente físico y biótico del patrimonio natural de la nación.

Principio de Gradación Normativa. En materia normativa las reglas que dicten las entidades territoriales en relación con el medio ambiente y los recursos naturales renovables respetarán el carácter superior y la preeminencia jerárquica de las normas dictadas por autoridades y entes de superior jerarquía o de mayor ámbito en la comprensión territorial de sus competencias. Las funciones en materia ambiental y de recursos naturales renovables, atribuidas por la Constitución Política a los Departamentos, Municipios y Distritos con régimen constitucional especial, se ejercerán con sujeción a la ley, los reglamentos y las políticas del Gobierno Nacional, el Ministerio del Medio Ambiente y las Corporaciones Autónomas Regionales.

Principio de Rigor Subsidiario. Las normas y medidas de policía ambiental, es decir, aquellas que las autoridades medioambientales expidan para la regulación del uso, manejo, aprovechamiento y movilización de los recursos naturales renovables, o para la preservación del medio ambiente natural, bien sea que limiten el ejercicio de derechos individuales y libertades públicas para la preservación o restauración del medio ambiente, o que exijan licencia o permiso para el ejercicio de determinada actividad por la misma causa, podrán hacerse sucesiva y respectivamente más rigurosas, pero no más flexibles, por las autoridades competentes del nivel regional, departamental, distrital o municipal, en la medida

en que se descende en la jerarquía normativa y se reduce el ámbito territorial de las competencias, cuando las circunstancias locales especiales así lo ameriten, en concordancia con el artículo 51 de la presente Ley.

De los principios ya referidos, se entiende que las entidades territoriales (Departamentos, Distritos, Municipios y territorios Indígenas) en virtud de la autonomía administrativa que les otorga la Carta Política, tienen la facultad de desarrollar normatividades que guarden entre sí un alto grado de coordinación y armonía con el diseño estructural de la política ambiental nacional, atendiendo a los postulados generales sentados en la legislación, teniendo la potestad, además, de hacer las normas en materia ambiental más rigurosas, incluso limitando derechos y libertades públicas en defensa de la protección del medio ambiente, teniendo como presupuesto el concepto de rango constitucional de la función ecológica y social de la propiedad privada.

3.2.5. Ley 1801 de 2016 “Por la cual se expide el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana”

Artículo 139. Definición del espacio público. Es el conjunto de muebles e inmuebles públicos, bienes de uso público, bienes fiscales, áreas protegidas y de especial importancia ecológica y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza, usos o afectación, a la satisfacción de necesidades colectivas que trascienden los límites de los intereses individuales de todas las personas en el territorio nacional.

Constituyen espacio público: el subsuelo, el espectro electromagnético, las áreas requeridas para la circulación peatonal, en bicicleta y vehicular; la recreación pública, activa o pasiva; las franjas de retiro de las edificaciones sobre las vías y aislamientos de las edificaciones, fuentes de agua, humedales, rondas de los cuerpos de agua, parques, plazas, zonas verdes y similares; las instalaciones o redes de conducción de los servicios públicos básicos; las instalaciones y los elementos constitutivos del amoblamiento urbano en todas sus expresiones; las obras de interés público y los elementos históricos, culturales, religiosos, recreativos, paisajísticos y artísticos; los terrenos necesarios para la preservación y conservación de las playas marinas y fluviales; los terrenos necesarios de bajamar, así como sus elementos vegetativos, arenas, corales y bosques nativos, legalmente protegidos; la zona de seguridad y protección de la vía férrea; las estructuras de transporte masivo y, en general, todas las zonas existentes y debidamente afectadas por el interés colectivo manifiesto y conveniente y que constituyen, por consiguiente, zonas para el uso o el disfrute colectivo.

3.2.6. Ley 397 de 1997 “Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural,

fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias”

Artículo 1. De los principios fundamentales y definiciones de esta Ley. La presente ley está basada en los siguientes principios fundamentales y definiciones:

1. Cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias.

(...)

3. El Estado impulsará y estimulará los procesos, proyectos y actividades culturales en un marco de reconocimiento y respeto por la diversidad y variedad cultural de la Nación colombiana.

(...)

8. El desarrollo económico y social deberá articularse estrechamente con el desarrollo cultural, científico y tecnológico. El Plan Nacional de Desarrollo tendrá en cuenta el Plan Nacional de Cultura que formule el Gobierno. Los recursos públicos invertidos en actividades culturales tendrán, para todos los efectos legales, el carácter de gasto público social.

(...)

11. El Estado fomentará la creación, ampliación y adecuación de infraestructura artística y cultural y garantizará el acceso de todos los colombianos a la misma.

(...)

12. El Estado promoverá la interacción de la cultura nacional con la cultura universal.

Artículo 22. Infraestructura Cultural. El Estado, a través del Ministerio de Cultura y las entidades territoriales, definirá y aplicará medidas concretas conducentes a estimular la creación, funcionamiento y mejoramiento de espacios públicos, aptos para la realización de actividades culturales y, en general propiciará la infraestructura que las expresiones culturales requieran.

Se tendrán en cuenta en los proyectos de infraestructura cultural la eliminación de barreras arquitectónicas que impidan la libre circulación de los discapacitados físicos y el fácil acceso de la infancia y la tercera edad.

3.2.7. Decreto 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.

Artículo 1. Objeto. El presente acuerdo tiene como objetivo general mejorar la calidad de vida de los ciudadanos residentes en Bogotá, D.C., en consonancia con los derechos a la comunicación, al medio ambiente sano, la protección

de la integridad del espacio público y la seguridad vial. Como objetivos específicos determinar la forma, procedimiento y ubicación de la publicidad exterior visual, indicando a la vez las zonas en las que está permitida o prohibida su exhibición y las responsabilidades que recaen sobre propietarios y anunciantes. (Subrayado fuera de Texto)

Artículo 2. Campo de aplicación. Se entiende por publicidad exterior visual el medio masivo de comunicación, permanente o temporal, fijo o móvil, que se destine a llamar la atención del público a través de leyendas o elementos visuales en general, tales como dibujos, fotografías, letreros o cualquier otra forma de imagen que se haga visible desde las vías de uso público, bien sean peatonales, vehiculares, aéreas, terrestres o acuáticas, y cuyo fin sea comercial, cívico, cultural, político, institucional o informativo. Tales medios pueden ser vallas, avisos, tableros electrónicos, pasacalles, pendones, colombinas, carteleras, mogadores, globos, y otros similares.

Aun conservando las características atrás anotadas, no se entenderá como publicidad exterior visual las señales viales, la nomenclatura y la información sobre sitios de interés histórico, turístico, cultural o institucional de la ciudad, siempre que tales señales sean puestas con la autorización de la Administración Distrital.

Artículo 3. Elementos. Para los efectos del presente acuerdo se entiende por mobiliario urbano el conjunto de elementos colocados a instancias de la administración para el servicio, uso y disfrute del público y que hacen parte del medio ambiente urbano y del espacio público de la ciudad. Así como también los que ofrecen información, orientación y mejores condiciones de seguridad, tranquilidad e higiene.

Son elementos de Amoblamiento urbano, entre otros los siguientes:

- ❖ De comunicación: Las cabinas telefónicas, los buzones;
- ❖ De información: La nomenclatura, la señalización, las carteleras locales, los mogadores, las identificaciones arquitectónicas o urbanas;
- ❖ De organización: Las señales de tránsito, los semáforos, los paraderos, los bolardos, los transformadores eléctricos, las cajas de teléfonos, las tapas de las alcantarillas;
- ❖ De ambientación: El alumbrado público, las bancas, asientos y materas, los objetos decorativos, los monumentos y esculturas;
- ❖ De recreación: Los juegos y aparatos de pasatiempo de propiedad pública;
- ❖ De servicios varios: Las casetas de expendio de dulces, revistas, flores y otros;
- ❖ De salud e higiene: Los baños y objetos recolectores de basura;

- ❖ De seguridad: Los hidrantes, barandas, cerramientos;

Los que se autoricen en los contratos de concesión para el mantenimiento del espacio público.

Parágrafo 1. La entidad oficial que instale o autorice instalar elementos de mobiliario urbano, será responsable, directamente o a través de terceros del mantenimiento y perfecta conservación de los mismos.

3.2.8. Decreto 2811 de 1974 “Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.”

Artículo 1. El ambiente es patrimonio común. El Estado y los particulares deben participar en su preservación y manejo, que son de utilidad pública e interés social. La preservación y manejo de los recursos naturales renovables también son de utilidad pública e interés social.

Numeral 10 del Artículo 3. De acuerdo con los objetivos enunciados, el presente Código regula: 10. Los recursos del paisaje (...)

3.2.9. Decreto Distrital 555 de 2021 “Por el cual se adopta la revisión general del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá D.C.”

Artículo 81. Estrategias en relación con la Estructura Integradora de Patrimonios. Son estrategias de la Estructura Integradora de Patrimonios las siguientes:

5. Activación y consolidación de entornos patrimoniales o donde se desarrollan actividades productivas tradicionales y ancestrales, para fomentar las aglomeraciones especializadas o distritos creativos e innovadores, así como propender por su salvaguardia y dinamismo.

10. Emprender acciones para la revitalización de los Sectores de Interés Urbanístico y la recuperación y reúso de los Bienes de Interés Cultural con el fin de atraer y procurar la permanencia de habitantes y moradores.

El artículo 100 ibídem estipula que la Estructura Socioeconómica, Creativa y de Innovación -ESECI- reconoce la coexistencia de actividades productivas y residenciales, y las ventajas competitivas de la economía bogotana, buscando potenciarlas e incluye las Áreas de Desarrollo Naranja – Distritos Creativos. Así mismo, el parágrafo 2 establece la posibilidad de localización los distritos creativos en cualquier parte de la ciudad siempre que el desarrollo de las actividades (CIU correspondientes) se supediten al uso del suelo permitido para la respectiva zona y se implementen las

acciones de mitigación correspondientes, acciones que se encuentran contempladas y desarrolladas en los artículos 244 a 250 del Decreto Distrital 555 de 2021, señalando los tipos, la aplicación y los medios de verificación y control.

Artículo 101. Estrategias de la Estructura Socioeconómica, creativa y de innovación. Son estrategias de la Estructura Socioeconómica y Cultural las siguientes:

3. Fortalecimiento de las zonas de aglomeración especializada que constituyen nodos económicos fundamentales de sus entornos territoriales y le dan su carácter y vocación productiva.

7. Promoción de la ciudad como destino turístico inteligente, sostenible, de salud y de negocios que promueva el desarrollo económico social y cultural y reconozca el patrimonio local.

3.2.10. Decreto 1504 de 1998 “Por el cual se reglamenta el manejo del espacio público en los planes de ordenamiento territorial”

Artículo 1. Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular. En el cumplimiento de la función pública del urbanismo. Los municipios y distritos deberán dar prelación a la planeación, construcción, mantenimiento y protección del espacio público sobre los demás usos del suelo.

Artículo 2. El espacio público es el conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados destinados por naturaleza, usos o afectación a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden los límites de los intereses individuales de los habitantes.

Artículo 3. El espacio público comprende, entre otros, los siguientes aspectos:

- a. Los bienes de uso público, es decir aquellos inmuebles de dominio público cuyo uso pertenece a todos los habitantes del territorio nacional, destinados al uso o disfrute colectivo;
- b. Los elementos arquitectónicos, espaciales y naturales de los inmuebles de propiedad privada que por su naturaleza, uso o afectación satisfacen necesidades de uso público;
- c. Las áreas requeridas para la conformación del sistema de espacio público en los términos establecidos en este Decreto.”

3.3. Precedentes

3.3.1. Sentencia C-535 de 1996. (16 de octubre de 1996)

La corte constitucional se ha referido sobre la Publicidad Exterior Visual y la Competencia como principio local, en los siguientes términos: “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.” (Subrayado fuera de Texto)

“El ejercicio de las competencias normativas de los concejos se encuentra sometido a los principios que gobiernan la validez y eficacia de los actos administrativos, y se debe entender limitado a la realización de los fines específicos que le han sido encomendados a la autoridad por el ordenamiento jurídico.”

3.3.2. Sentencia 064 de 1998. (05 de marzo de 1998)

La corte Constitucional se pronuncia respecto de la concurrencia del legislador y las autoridades municipales, de manera que: “En el caso del patrimonio ecológico local, este principio es aún más claro, pues al ser una competencia propia de los concejos municipales y los territorios indígenas, su potestad reglamentaria no puede ser limitada por la ley, al punto de vaciarla de contenido, por cuanto el Congreso desconocería la garantía institucional de la autonomía territorial. Pero sí puede la ley dictar aquella normatividad básica indispensable a la protección del patrimonio ecológico en todo el territorio nacional.”

Las sentencias de constitucionalidad C-535 de 1996 y C- 064 de 1998 han determinado que la competencia de los Concejos distritales y municipales, no son absolutas, en el entendido que la Constitución y la Ley 140 de 1994, imponen los lineamientos generales para reglamentar la actividad de la publicidad exterior visual, en medio del cual se encuentra la tensión mencionada entre la libertad de empresa y la protección ambiental, haciéndose necesario el equilibrio razonable, aplicando el contenido del artículo 63 de la Ley 99 de 1993, para la articulación de la regulación ambiental.

Ahora bien, es cierto que la libertad de empresa y el establecimiento de un modelo económico basado en el desarrollo sustentable son piezas vitales del ordenamiento jurídico nacional, pero también lo es, la preponderancia del modelo político que subyace en los derechos de carácter colectivo que constituyen la filosofía del principio de Rigor Subsidiario y en general del Estado Social de Derecho Colombiano, conforme a los cuales las entidades territoriales previo análisis de su contexto socio-económico y ambiental, pueden legítimamente hacer más rigurosas las actividades de evaluación, seguimiento y control, frente al desarrollo de una actividad económica, en procura de la salvaguarda de intereses constitucionales superiores, como sin duda lo es, el patrimonio ecológico.

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.

La sentencia C-064 de 1998, complementa la doctrina constitucional, haciendo referencia a la sentencia C- 535 de 1996 reiterando el carácter residual y concurrente de las autoridades locales para determinar regulaciones en relación con la actividad de la publicidad exterior visual, de la siguiente manera:

"(...) La referida Sentencia, contiene un pormenorizado análisis de la manera como a la luz de los preceptos constitucionales debe operar el reparto de las competencias entre el legislador y los concejos municipales en lo relativo a la regulación de la publicidad exterior visual, como un aspecto del medio ambiente. La Corte estima oportuno reiterar los postulados contenidos en dicho fallo (...) Se dijo en esa ocasión, que la regulación relativa a la publicidad exterior visual era tema referente a la obligación estatal de preservar el medio ambiente, y más específicamente de conservar el paisaje como recurso natural renovable. Debido al carácter global e integrado del medio ambiente y a la interdependencia de los distintos ecosistemas, en principio su regulación competía prima facie al poder central. En este orden de ideas, se señaló que la Carta Política contiene varias normas que plantean una forma unitaria y nacional de regulación del medio ambiente, entre ellas los artículos 2º, 79 inciso 2º, 80, 333, 334, 366, 268 y 277 numeral cuarto"

3.3.3. Sentencia 495 de 1996 (26 de septiembre de 1996)

La corte Constitucional se pronuncia respecto de la concurrencia del legislador y las autoridades municipales, de manera que: "Esta Corporación se ha pronunciado en torno a la temática medio ambiental y su consagración constitucional (C-411/92, C-423/94, C-528/94 y C-305/95). Como quiera que en nuestra Constitución Política, se acogió en forma decidida y prioritaria, un sistema normativo ecologista, tendiente a mitigar la tendencia inercial hacia una catástrofe nacional de proporciones irreversibles.

La protección del ambiente, es un asunto que le compete, en primer lugar, al Estado aunque para ello deba contar con la participación ciudadana, a través del cumplimiento de los deberes constitucionales, en particular, los previstos en el artículo 80 superior, el cual consagra: "proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación", así como el numeral 80 del artículo 95 constitucional que describe entre los deberes de las personas y de los ciudadanos: "velar por la conservación de un ambiente sano".

(...)

La planificación ambiental debe responder a los dictados de una política nacional, la cual se adoptará con la participación activa de la comunidad y del ciudadano, y la misma debe ser coordinada y articulada entre la Nación y las entidades territoriales correspondientes. La Carta Política le otorga al Estado la responsabilidad de planificar y aprovechar los recursos naturales de forma tal que se logre un desarrollo sostenible, garantizando así la conservación y la preservación del entorno ecológico. (Subrayado fuera de texto)

Al respecto, cabe recordar que el derecho a gozar de un ambiente sano les asiste a todas las personas, de modo que su preservación, al repercutir dentro de todo el ámbito nacional -e incluso el internacional-, va más allá de cualquier limitación territorial de orden municipal o departamental. Por lo demás, no sobra agregar que las corporaciones autónomas regionales, en virtud de su naturaleza especial, aúnan los criterios de descentralización por servicios, -concretamente en cuanto hace a la función de planificación y promoción del desarrollo-, y de descentralización territorial, más allá de los límites propios de la división político-administrativa”

3.3.4. Sentencia 592 de 2012 (25 de julio de 2012)

El Magistrado Ponente, destaca y delimita la publicidad de la siguiente forma: “La publicidad está vinculada con la actividad productiva y de mercadeo de bienes y servicios, constituyendo al mismo tiempo un incentivo para el desarrollo de los actos comerciales. En este orden, la publicidad es desarrollo del derecho a la propiedad privada, a la libertad de empresa y a la libertad económica, antes que aplicación de la libertad de expresión, razón suficiente para que la publicidad y la propaganda comercial estén sometidas a la regulación de la “Constitución económica”, lo que supone, como se ha dicho, un mayor control”

3.3.5. CONPES 3659 de 2010 “Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia”

Establece como objetivo central, aprovechar el potencial competitivo de las mencionadas industrias culturales, aumentar su participación en la generación del ingreso y del empleo a nivel nacional, así como alcanzar elevados niveles de productividad.

El objetivo central de esta Política es aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales, aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo nacionales, y alcanzar elevados niveles de productividad. Se estructura en cinco líneas estratégicas orientadas a superar los obstáculos identificados en la esfera de la circulación de bienes y servicios de las industrias culturales – especialmente para las empresas de menor tamaño del sector-, y a ampliar el acceso al financiamiento y a los instrumentos públicos de desarrollo empresarial. Se enfatiza también en el componente de formación del capital humano de la industria, y en la promoción del uso de nuevas tecnologías. Por último, se propone

una línea estratégica orientada a reducir la concentración regional de las industrias culturales, mediante el aprovechamiento del potencial local y de experiencias piloto que en ese sentido actualmente se están desarrollando en diferentes regiones del país.

3.3.6. Acuerdo 927 de 2024. “Por medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo Económico, Social, Ambiental y de Obras Públicas del Distrito Capital 2024-2027 “Bogotá Camina Segura”

Artículo 161. Distritos de Luz. Créense los Distritos de Luz, como un modelo de recuperación, gestión y aprovechamiento económico, mediante el uso de infraestructura de publicidad exterior visual que incorpore nuevas tecnologías e innovación en polígonos específicos de la ciudad. Serán creados y reglamentados mediante acto administrativo debidamente motivado expedido por la Alcaldía Mayor de Bogotá junto con las entidades competentes.

Adicionalmente, modifíquese el artículo 29 del Acuerdo Distrital 01 de 1998, compilado en el Decreto Distrital 959 de 2000, en los siguientes términos:

“Artículo 29. Se podrá hacer uso de publicidad exterior visual prevista en el presente acuerdo, así como la integración de nuevos elementos publicitarios. La publicidad exterior visual que se realice en el marco de actividades de aprovechamiento económico, así como aquella que se realice en fachadas podrá incorporar diferentes tipos de innovación tecnológica.”

Parágrafo 1. La Administración Distrital formulará e implementará las acciones necesarias para reconocer, crear, fortalecer, consolidar y/o posicionar los Distritos de Luz”.

4. Contexto Internacional, nacional y Distrital

4.1. Contexto Internacional

4.1.1. Código Ambiental Francés. Ordenanza No. 2000-914 de 18 de septiembre de 2000

Francia se destaca como un caso especial en el contexto de Publicidad Exterior Visual a nivel europeo. Se distingue por su papel pionero en la regulación de la publicidad, integrando sus normativas dentro del Código Ambiental Francés. Esta legislación no sólo aborda aspectos publicitarios, sino que vincula directamente el ejercicio de la Publicidad Exterior Visual con la protección del medio ambiente.

La Publicidad Exterior en Francia abarca diversas formas, siendo los carteles y letreros los más comunes. En la legislación francesa, los letreros se definen como inscripciones o imágenes colocadas en un edificio, relacionadas con una actividad

que se realiza en él. También se incluyen los carteles, definidos como inscripciones, logotipos, formas o imágenes que indican la proximidad de un edificio donde se lleva a cabo una actividad comercial.

Cabe destacar que este enfoque normativo refleja el compromiso del país no solo con la regulación publicitaria, sino también con la armonización de estas prácticas con la preservación del entorno

Dentro del marco normativo francés, la Publicidad Exterior se define y delimita en el Título VIII, dedicado a la Protección del medio ambiente. En el Capítulo I, específicamente titulado "Publicidad, rótulos y pre-rótulos", se establecen las características y requisitos que rigen esta forma de comunicación visual.

“Artículo L581-2 (Disposición no 2004-1199 de 12 de noviembre de 2004 art. 1 1° Diario Oficial de 14 de noviembre de 2004) Para garantizar la protección de la calidad de vida, el presente capítulo establecerá las disposiciones aplicables a los anuncios publicitarios, rótulos y carteles de preseñalización, visibles desde cualquier vía abierta a la circulación pública, en el sentido determinado por decreto adoptado en Conseil d'Etat. Sus disposiciones no se aplicarán a los anuncios publicitarios, rótulos y carteles de preseñalización situados en el interior de un local, salvo cuando su fin principal fuera servir como soporte publicitario” (Subrayado fuera de texto)

Artículo L581-3 (Disposición no 2004-1199 de 12 de noviembre de 2004 art. 1 1° Diario Oficial de 14 de noviembre de 2004) A efectos del presente capítulo: 1° Se entenderá por anuncio publicitario, con exclusión de los rótulos y carteles de preseñalización, cualquier inscripción, forma o imagen, destinada a informar al público o a llamar su atención. Los dispositivos cuyo principal objetivo fuera recoger dichas inscripciones, formas o imágenes se considerarán asimilados a dichos anuncios publicitarios; 2° Se entenderá por rótulo cualquier inscripción, forma o imagen colocada sobre un inmueble y relacionada con una actividad ejercida en el mismo; 3° Se entenderá por cartel de preseñalización cualquier inscripción, forma o imagen que indique la proximidad de un inmueble donde se ejerciera una actividad determinada”

“Artículo L581-9 (...) Para la publicidad luminosa, ahorro de energía y prevención de la contaminación lumínica en el sentido del Capítulo III de este título, las prescripciones fijadas por decreto en Consejo de Estado según los procesos, los dispositivos utilizados, las características de los soportes y la importancia de las aglomeraciones de que se trate. Este decreto también especifica las condiciones de uso como soporte publicitario del mobiliario urbano instalado en el dominio público. Pueden autorizarse por decreto municipal, caso por caso, la ubicación de lonas incluyendo publicidad y, previa consulta a la comisión departamental competente en materia de naturaleza, paisajes y sitios, la instalación de dispositivos publicitarios de excepcionales dimensiones

vinculados a eventos temporales. Las condiciones de aplicación de este párrafo están determinadas por el decreto mencionado en el primer párrafo. La instalación de dispositivos publicitarios luminosos distintos de los que soportan carteles iluminados por proyección o por transparencia está sujeta a la autorización de la autoridad competente”.

“Artículo L581-9 (Disposición no 2004-1199 de 12 de noviembre de 2004 art. 1 1° Diario Oficial de 14 de noviembre de 2004) Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos L. 581-4, se admitirán anuncios publicitarios en las aglomeraciones urbanas. No obstante, estos deberán cumplir, especialmente en materia de emplazamiento, superficie, altura y conservación, con las normas establecidas por decreto adoptado en Conseil d'Etat en función de los procedimientos, los dispositivos utilizados, las características de los soportes y la importancia de estas aglomeraciones urbanas. El decreto precisará igualmente las condiciones en que podrá utilizarse el mobiliario urbano como soporte publicitario en el dominio público. La instalación de dispositivos publicitarios luminosos diferentes de carteles iluminados por proyección o transparencia, estará sujeta a autorización del Alcalde.”

4.1.2. Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, de 30 de enero de 2009

En este contexto, la ciudad de Madrid dispone de su propia Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior Visual. Esta normativa establece la relación reglamentaria con el ejercicio legítimo de la actividad publicitaria que es visible desde los espacios públicos, priorizando simultáneamente el respeto y la mejora de los valores del paisaje urbano, el medio ambiente, el patrimonio histórico-artístico y natural.

Esta ordenanza expone:

“Asimismo, la caracterización propia de determinadas áreas de la ciudad obliga a un planteamiento en consonancia con su entorno. Para ellas, se establece una protección específica mediante la creación de una zona de especial protección en la que se limitan los elementos publicitarios, pues su proliferación tendría un efecto negativo sobre el patrimonio histórico de la ciudad. (...) En definitiva, la nueva Ordenanza reguladora de la publicidad exterior, además de establecer el régimen aplicable a la actividad publicitaria privada visible desde la vía pública, se constituye como una herramienta que contribuye al desarrollo del paisaje urbano como manifestación formal de una realidad social, cultural e histórica.
(Subrayado y negrilla fuera de texto)

“La Ordenanza se dirige a la regulación de la actividad privada de publicidad exterior, abarcando la que se lleva a cabo con medios publicitarios tradicionales y la que utiliza los nuevos medios publicitarios

tecnológicamente más avanzados. Ante la proliferación de nuevas actuaciones publicitarias de carácter efímero, sin utilización de soportes fijos, se introduce, por primera vez, la posibilidad de utilizarlas de forma individual de acuerdo con el impacto y repercusión que puedan originar en el entorno”

De igual forma, el objetivo de esta ordenanza tal y como lo establece en su artículo primero es:

“Artículo 1. Objeto y definiciones. La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones y actividades de publicidad exterior, cualquiera que sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje, con el fin primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Madrid, teniendo en consideración los objetivos de prevención y corrección de la contaminación lumínica y visual, el fomento de la utilización de fuentes de energía renovable y la reducción de la intrusión luminosa en el entorno doméstico.” (Subrayado fuera de texto)

En relación con la instalación de publicidad en edificios, esta ordenanza se ha pronunciado de la siguiente manera:

“Artículo 13. Tipos de instalaciones en edificios.

1. A efectos de esta Ordenanza, se distinguen dos clases de soportes, los publicitarios y los de identificación o señalización de actividades y establecimientos.
2. Los edificios podrán ser utilizados como emplazamientos para la instalación de los siguientes soportes publicitarios: a) Rótulos de publicidad en coronación de edificios. b) Publicidad en paredes medianeras. c) Superficies publicitarias sobre fachadas.
3. Los elementos de identificación o señalización de actividades y establecimientos instalados en edificios se regulan en el Título VII de esta Ordenanza.”

4.1.3. Ley y reglamentación de Planificación Urbana en Reino Unido.

Las normativas que rigen la publicidad exterior encuentran su fundamento en la Ley de Planificación Urbana y Rural de 1990, respaldada por una serie de reglamentaciones elaboradas por la Secretaría de Estado para comunidades y gobiernos locales. Específicamente, estas normas se ven reflejadas en el Reglamento de Planificación Urbana y Rural, con un enfoque en el control de la publicidad, promulgado en el año 2007.

Uno de los elementos clave de esta normativa es la regulación de la instalación de anuncios, cuya supervisión recae mayormente en las autoridades locales de planificación, con excepciones notables. En casos particulares, como la

exhibición de anuncios en parques nacionales, áreas de conservación o Áreas de Desarrollo Urbano, se requiere la autorización de las respectivas autoridades correspondientes.

La denegación de una autorización puede ser apelada ante el Secretario de Estado. La regulación abarca una amplia variedad de elementos publicitarios, desde carteles hasta señales luminosas, y se clasifican en tres grupos: aquellos que no requieren autorización, aquellos que cumplen con normas explícitas y tienen un "consentimiento presunto", y aquellos que siempre requieren un consentimiento expreso.

Además, las autoridades de planificación cuentan con tres facultades especiales destinadas a preservar las ciudades y pueblos de los impactos visuales de la publicidad exterior. Estas facultades incluyen la definición de zonas de control especial de anuncios, la eliminación del beneficio del "consentimiento presunto" en lugares específicos y la capacidad de exigir la remoción de anuncios en lugares particulares.

La normativa también impone estándares mínimos para toda la publicidad exterior, exigiendo que se mantengan limpios, ordenados y en condiciones seguras, además de contar con el permiso del propietario del suelo. Esta exigencia incluye obtener permisos específicos de la autoridad de carreteras para anuncios ubicados en o visibles desde carreteras. Asimismo, se prohíbe que obstaculicen señales oficiales de transporte y se establece la obligación de su eliminación responsable cuando así lo determine la autoridad de planificación.

4.2. Contexto Nacional.

4.2.1. Medellín, Antioquia.

El municipio de Medellín, desarrolla la reglamentación del uso de Publicidad Exterior Visual con fundamento en el Acuerdo Municipal No. 27 de 2003, expidió el Decreto 1683 del 5 de diciembre de 2003, “ Por el cual se reglamenta la publicidad exterior visual y los avisos publicitarios en el Municipio de Medellín”, que posteriormente fue reglamentado por el Decreto Municipal No. 971 de 2004.

Finalmente, el Acuerdo Municipal No, 036 de 2017, el cual tiene como objetivo regular la ubicación, instalación, mantenimiento y renovación de la publicidad exterior visual, con el fin de garantizar el uso del espacio público acorde con el desarrollo urbanístico y la protección del paisaje urbano. Mismo que enmarca la definición de la Publicidad

Exterior Visual de la siguiente forma:

“Artículo 2 Definición 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, con dimensión igual o mayor a ocho (8m²) metros cuadrados e inferior a cuarenta y ocho (48m²) metros cuadrados en suelo urbano y hasta sesenta (60m²) metros cuadrados en suelo rural.

PARÁGRAFO 1. No se considera publicidad exterior visual para efectos del presente Acuerdo

1. Los avisos publicitarios.
2. La señalización vial.
3. 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.
4. La nomenclatura urbana o rural.
5. Las expresiones artísticas como pinturas o murales y grafitis, siempre que no contengan mensajes comerciales, elementos o referencias a la marca o el nombre del patrocinador. La Secretaría de Cultura Ciudadana o quien haga sus veces, determinará si el mural es o no artístico.
6. Elementos de divulgación política y propaganda electoral de conformidad con la Ley 130 de 1994 o la norma que la modifique, complemente o sustituya.
7. Elementos institucionales que contengan información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas u otras personas por encargo de éstas. Deberán ser autorizados por la Secretaría de Comunicaciones o quien haga sus veces, para su respectivo control. Los elementos institucionales deberán respetar una distancia mínima de 80 metros, con respecto a la publicidad exterior que se encuentre instalada. Los mensajes no podrán ser comerciales.
8. Los elementos publicitarios incorporados al interior de las estaciones de los sistemas de transporte masivo (metro, metrolús, tranvía y metrocable), así como al interior de los trenes, cabinas y vagones, definidos en Plan de Ordenamiento Territorial y Plan Maestro respectivo, los cuales serán definidos y regulados por la Administración Municipal y la entidad encargada de la operación y mantenimiento de los sistemas.”

En relación con el ámbito de aplicación, la Ley refiere en su artículo No. 3 que:

“Artículo 3. **Ámbito de aplicación.** La publicidad exterior visual podrá ubicarse en los sitios permitidos de los inmuebles privados de la zona urbana y rural de Medellín, en el marco de las normas nacionales, el Plan de Ordenamiento Territorial y sus normas complementarias, y las que se establecen en este Acuerdo. En áreas de reglamentación especial, podrá estar asociada a la implementación de proyectos que propendan por la cualificación y sostenibilidad del espacio público, el paisaje y el patrimonio inmueble.”

Teniendo en cuenta la parametrización y dimensión de la Publicidad Exterior Visual, refiere que:

“Artículo 5. Dimensiones de la Publicidad Exterior Visual (...) 5.1.1 El área máxima de la valla dentro del municipio de Medellín, será de sesenta (60m²) metros cuadrados y la longitud máxima será de doce (12m) metros lineales.

5.1.2. 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 (3m) metros lineales. Cuando exista desnivel, el metraje se contabilizará desde el nivel de la vía.

Para efectos de la instalación deberá contar con los estudios de suelo y cimentación suscritos por profesionales idóneos, a partir de los cuales el propietario pueda garantizar la estabilización de la estructura.

Estos estudios se anexará a la solicitud de registro, sin embargo, ello no implica que el Municipio de Medellín asuma responsabilidad alguna por las fallas en la estructura o su instalación (...)

En relación con la clasificación de la Publicidad Exterior Visual y su permanencia, se tiene que:

“**Artículo 7. Según su finalidad:** La publicidad exterior visual se clasifica de acuerdo al objeto o finalidad, en las siguientes:

7.1. Valla Comercial: Publicidad cuyo fin es informar o promocionar una empresa, producto, bien, servicio o similares.

Parágrafo: Las vallas deberán guardar la distancia reglamentaria entre sí, según su finalidad. (Subrayado fuera de texto)

Artículo 8. Según la permanencia: La publicidad exterior visual se clasifica, de acuerdo a su permanencia en el tiempo, así:

8.1. De carácter temporal: Es la publicidad exterior visual en cualquiera de sus tipologías que cuenta con un período de duración o exposición de conformidad con el artículo 22 del presente Acuerdo.

8.2. De carácter transitorio: 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 previa al evento, hasta por treinta (30) días calendario, incluyendo el término de la duración del evento. Para el caso de la publicidad transitoria de patrocinio, solo se permitirá su exhibición durante el evento hasta su culminación.

En relación con su instalación, el Decreto destaca:

“Artículo 10. Según su instalación: La publicidad exterior visual se clasifica, de acuerdo a sus condiciones de instalación, en los siguientes elementos:

10.1. Fijas: Publicidad instalada con una estructura fija empotrada y/o adherida.

10.2. Móviles: Publicidad exterior visual que se moviliza en vehículos motorizados y no motorizados, fijada, instalada o adherida al medio de exhibición de la misma. Esta categoría incluye la publicidad exterior visual instalada en vehículos del sistema de transporte masivo y colectivo, que se ubique de conformidad con lo establecido en el presente Acuerdo.”

Para la parametrización de localización de la Publicidad Exterior Visual, el Decreto manifiesta, que:

“Artículo 12. Localización: Para la instalación de las vallas comerciales se deberá tener en cuenta lo siguiente:

12.1. Sitios Permitidos. Se podrá colocar publicidad exterior visual en todos los bienes de propiedad privada del territorio municipal, de conformidad con la norma vigente, cumpliendo con lo siguiente:

12.1.3. En el área de influencia de Inmuebles bienes de interés cultural del ámbito nacional. Respetar doscientos (200) metros de distancia a los inmuebles declarados como Bienes de Interés Cultural -BIC- del ámbito nacional. (Subrayado fuera de texto)

4.2.1.1. Decreto 0288 del 2018 “Por el cual se reglamentan los avisos publicitarios en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones”

Teniendo en cuenta lo establecido en el párrafo segundo del Artículo primero: “En uso de sus facultades reglamentarias, la Administración Municipal reglamentará los avisos publicitarios” la Administración expidió el Decreto 0288 del 2018 mediante el cual se reglamentaron los avisos publicitarios en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones.

Esta normatividad establece los avisos publicitarios de la siguiente forma:

“Artículo 2. Definición de los avisos publicitarios: Los avisos publicitarios se definen como medios masivos de comunicación destinados a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales análogos, electrónicos y digitales, 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, con un área inferior a ocho (8m2) metros cuadrados, localizados en los inmuebles de uso y propiedad pública; así como en los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles de propiedad privada, que se encuentran por su naturaleza y destinación, afectados al uso público. (Subrayado fuera de texto)

Estos elementos están sujetos a registro, control y gestión de la Administración Municipal, a través de la Subsecretaría de Espacio Público o la dependencia que haga sus veces.”

Así mismo clasificó en su artículo 6 los avisos como fijos y móviles conteniendo según sus características los siguientes elementos:

Avisos fijos: Comprende los avisos publicitarios fijados con vocación de permanencia en los sitios habilitados y comprende las siguientes tipologías:

CRITERIO	CATEGORÍA
Clasificación según su finalidad	<ul style="list-style-type: none">❖ Aviso de identificación❖ Aviso de proximidad❖ Aviso institucional❖ Avisos promocional de proyecto inmobiliario en construcción y ventas❖ Aviso de orientación❖ Aviso publicitario comercial❖ Aviso publicitario promocional❖ Aviso de nomenclatura urbana❖ Aviso mixto
Clasificación según su temporalidad	<ul style="list-style-type: none">❖ Aviso temporal

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aviso transitorio: Comprende: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pasacalles ➤ Arcos o pasavías ➤ Pendones ➤ Banderines ➤ Afiches y carteles ➤ Volumétricos
Clasificación según su estructura y características de diseño	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aviso luminoso ❖ Aviso tipo conjunto ❖ Aviso en marquesina ❖ Aviso tipo mosaico ❖ Aviso Volumétrico ❖ Avisos electrónicos, digitales, relojes, pantallas, tableros y similares
Clasificación según su localización	<ul style="list-style-type: none"> ❖ En marquesina, tapasol y voladizo ❖ En vitrina ❖ En esquina ❖ En fachada colindante ❖ En zonas residenciales ❖ En teatros, salas de cine y establecimientos similares ❖ En bienes inmuebles de interés cultural ❖ En amoblamiento urbano ❖ En edificaciones para actividades comerciales, industriales y de servicios ❖ En estación de servicio de combustible ❖ En puentes ❖ En la infraestructura y corredores del sistema de transporte público masivo de pasajeros definidos en el plan de ordenamiento territorial ❖ En escenarios deportivos ❖ En edificios en altura ❖ En grandes superficies o conglomerados comerciales: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aviso de identificación del hipermercado, supermercado, centros comerciales, mall y complex. ➤ Avisos comerciales ubicados en las fachadas de las edificaciones para identificar bienes y servicios que se prestan en su interior.

En relación con las normas específicas de los avisos fijos y su ubicación, la norma establece:

“Artículo 10. Normas específicas según su localización. Según el espacio físico en el que se ubiquen los avisos publicitarios, los avisos deberán cumplir las siguientes normas.

10.2 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.
(Subrayado fuera de texto)

10.7 En bienes inmuebles de interés cultural. Los avisos publicitarios en estos inmuebles, se registrarán por las siguientes disposiciones:

10.7.1 En los inmuebles declarados de cualquier ámbito, los avisos deberán guardar armonía con la disposición de los vanos y con el color de la fachada donde se instalen; estos deben ser removibles, adosados a la edificación sin afectar el material de fachada y sin sobresalir más de diez (10) centímetros de esta. No se permiten avisos de neón, ni plásticos, ni pintados.

10.7.2 En ningún caso se podrá hacer uso de la fachada de la edificación para dibujar, pintar, o tallar avisos publicitarios. Cuando se trata de avisos transitorios con publicidad referida a patrocinio de empresas privadas o de entidades públicas asociadas a la intervención y/o mejoramiento del inmueble a realizarse sobre inmuebles patrimoniales se permitirá la colocación de avisos temporales hasta tanto termine la obra de conformidad con lo previsto en el artículo 23 de este Decreto.

10.7.3 Cuando se trate de avisos con publicidad referida a patrocinio de empresas privadas o de entidades públicas en el marco de intervenciones y/o mejoramiento de los inmuebles, deberá cumplir con las disposiciones del primer párrafo de este acápite y adicionalmente, no podrán superar una dimensión de 30 cms x 30 cms y deberán estar dispuestos en la fachada principal, prevalentemente en la puerta de acceso.

(...)

10.9 En edificaciones para actividades comerciales, industriales y de servicio. Se permite como máximo la instalación de un (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 será inferior a ocho (8m2) metros cuadrados, sin sobresalir de ella frontalmente más de treinta (30) centímetros (cms).

Su contenido no podrá ser otro que el nombre, sigla o razón social de la actividad; dentro del aviso, 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 corredores de baja y media mixtura identificadas en el plano usos generales del suelo urbano, del Plan de Ordenamiento

Territorial, la dimensión del aviso de identificación empresarial no podrá superar los dos (2) metros cuadrados (m2), ni ser luminosos. El aviso de identificación no constituye aprovechamiento económico del espacio público.” (Subrayado y fuera de texto)

4.2.2. Cali, Valle del Cauca.

Para el caso de la ciudad de Cali, la Publicidad Exterior Visual, se encuentra reglamentada por el Acuerdo 0436 del 2017, expedido por el Concejo de Santiago de Cali, el cual incluye la publicidad menor, electrónica y/o digital, publicidad en amoblamiento urbano y avisos, adicionalmente plantea como uno de sus objetivos el mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad por medio de la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente.

Este Acuerdo, por su parte, ha considerado la evolución tecnológica en el ámbito publicitario, incorporando la innovación tecnológica y definiéndose como la posibilidad de nuevos formatos distintos a los ya establecidos por la Publicidad Exterior Visual, con características y dimensiones diferentes a las previamente definidas. Además, se aborda específicamente la publicidad electrónica o digital, limitando su instalación exclusivamente a las Vallas, conforme a lo dispuesto en el artículo 67, el cual establece:

“Artículo 67. Vallas de publicidad electrónica y/o digital. Las vallas de publicidad electrónica son elementos que utilizan sistemas electrónicos o digitales para su funcionamiento, mediante las cuales se exhiben anuncios publicitarios con movimiento cambiante, mediante mecanismos o mandos electrónicos. Las vallas de publicidad electrónica podrán utilizar tecnologías PLASMA, LED, y/o cualquier otro dispositivo de desarrollo tecnológico.

Artículo 68. Mensaje Institucional. Toda valla de publicidad electrónica deberá dedicar un 30% del tiempo de cada anuncio para transmisión de mensajes institucionales, previamente aprobados por la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Santiago de Cali.

Artículo 79. Innovación tecnológica. Las innovaciones tecnológicas que surjan en materia de publicidad exterior visual, con características técnicas y dimensiones diferentes a las establecidas en el presente Acuerdo, no podrán superar el 10% del área permitida para las vallas y su diseño deberá presentarse previamente al Departamento Administrativo de Planeación Municipal, subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico”

4.3. Contexto Distrital, Bogotá, D.C.

Mediante Decreto 959 de 2000, en su título tercero se establecen “Características particulares y condiciones para fijación de la publicidad exterior visual”, en el artículo 6 establece:

“**Artículo 6.** Entiéndase por aviso conforme al numeral 3o del artículo 13 del Código de Comercio el conjunto de elementos distintos de los que adornan la fachada, compuesto por logos y letras o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos se instalan adosados a las fachadas de las edificaciones.

Artículo 7. Ubicación. Los avisos deberán reunir las siguientes características:

- a) Sólo podrá existir un aviso por fachada de establecimiento, salvo que la edificación contenga dos (2) o más fachadas en cuyo caso se autorizará uno por cada uno de ellas. Lo anterior sin perjuicio de aquellos establecimientos que puedan dividir su aviso según las reglas contenidas en este artículo;
- b) Los avisos no podrán exceder el 30% del área de la fachada del respectivo establecimiento; (...)

Artículo 11. Ubicación. Las vallas en el distrito capital podrán ubicarse en los inmuebles ubicados en vías tipo V-0 y V-1, V-2, en un ancho mínimo de 40 metros.

Sobre las vías V-0 y V-1 las vallas no podrán instalarse en zonas residenciales especiales.

Las vallas deberán cumplir las siguientes condiciones: (...)

d) Medios informativos electrónicos. En los tableros o vallas electrónicas se podrá anunciar únicamente información ambiental, servicios públicos, medidas o sistemas de seguridad o transporte, prevención de riesgos, así como campañas culturales, cívicas, de recreación y salud pública. Podrán instalarse excepcionalmente sobre espacio público de acuerdo con el reglamento que el Alcalde Mayor expida para el caso. Estos elementos no podrán anunciar electrónicamente marca, producto o servicio con propósito comercial alguno. El área expuesta del elemento será inferior a 8 metros cuadrados. Quienes patrocinen la colocación de tableros electrónicos tendrán derechos a hacer anuncios publicitarios fuera del tablero electrónico en un área no mayor al 10%, y; (...)

Ahora bien, respecto de las nuevas tecnologías y la implementación de la misma y su regulación, establece:

“**Artículo 29.** No se podrá colocar publicidad exterior visual diferente a la establecida en el presente acuerdo. No obstante, se podrá implementar las innovaciones tecnológicas a los actuales elementos de publicidad exterior visual.”

5. Justificación del Proyecto de Acuerdo

Desde su surgimiento, las ciudades han experimentado transformaciones constantes en términos demográficos, urbanísticos, culturales y económicos. Estas dinámicas urbanas constituyen el escenario principal para el desarrollo de la Publicidad Exterior Visual (PEV), la cual, mediante la adopción de nuevos soportes y funciones, se encuentra en un proceso permanente de adaptación a los entornos urbanos.

Actualmente, las innovaciones tecnológicas desempeñan un papel crucial en el diseño del paisaje urbano, facilitando la creación de soportes atractivos para los consumidores. Estas tecnologías, en algunos casos, permiten una interacción directa con el público, consolidando la importancia del consumismo como una característica central del estilo de vida urbano. La publicidad exterior ha conquistado los espacios públicos a través de carteles comerciales que, junto con elementos del mobiliario urbano, aprovechan la remodelación de las ciudades para persuadir a sus habitantes. En este contexto, el paisaje urbano no puede considerarse de manera unívoca, ya que su percepción está influenciada tanto por los elementos físicos como por la interpretación individual de sus signos.

Las personas que transitan por los espacios urbanos están expuestas a un constante flujo de información, desde simples carteles comerciales hasta complejas estructuras arquitectónicas. Según Bailly (2000), el paisaje urbano se compone de elementos singulares, que organizan la ciudad, y de elementos secundarios, que generan cohesión y carácter homogéneo. En este marco, la Publicidad Exterior Visual cobra una relevancia significativa.

Pacheco (2000) define la PEV como un medio convencional compuesto por soportes ubicados en espacios exteriores públicos, diseñados para captar la atención del público una vez que este abandona el ámbito privado y se introduce en las áreas de dominio y uso público (calles, vías de comunicación, vehículos e instalaciones de transporte público, recintos deportivos, etc.) . Este medio, en constante evolución debido a la digitalización y la aparición de nuevas tecnologías, ha incrementado su capacidad interactiva, lo que refuerza su relevancia tanto a nivel nacional como global.

Sin embargo, el rápido y desordenado crecimiento urbano ha generado un deterioro ambiental que se manifiesta en diversas formas de contaminación, incluida la visual. En países desarrollados, la calidad visual del paisaje urbano se ha convertido en un tema prioritario, promoviendo normativas rigurosas y movimientos ciudadanos que buscan regular el exceso publicitario. Ejemplos como la Asociación de Resistencia contra la Agresión Publicitaria en Francia evidencian este fenómeno.

En América Latina, aunque la contaminación visual presenta características particulares, el manejo adecuado del espacio público ha permitido mitigar algunos de sus efectos. Rozadas (2006) define esta problemática como el uso excesivo de elementos no arquitectónicos que afectan la estética y el paisaje urbano. Asimismo, el Consejo Nacional del Ambiente (Hess, 2022) señala que la contaminación visual altera el equilibrio del paisaje, impactando negativamente las condiciones de vida. Al respecto, el Instituto de Protección Civil y Ambiente de la Alcaldía de Chacao en Caracas señala que la contaminación visual se refiere al "impacto en la imagen y fisonomía del entorno urbano causado por la acumulación de materia prima, productos, desechos, abandono de edificaciones y bienes materiales, así como la violación de las densidades y características físicas de la publicidad".

La mayoría de los expertos coinciden en identificar a los "carteles publicitarios" como el principal agente generador de contaminación visual en los espacios públicos. Esta categoría abarca diversas manifestaciones, como vallas, avisos luminosos, pancartas y carteles en general. Autores destacados, como Nasar (1994), han explorado cómo la estética exterior de las edificaciones influye en las respuestas evaluativas y afectivas de las personas frente al paisajismo urbano. Además, Ulrich (Maguire, 1997) ha demostrado que el deterioro visual de las carreteras aumenta el estrés y disminuye la capacidad para resolver problemas. (Mendez, 2013)

Las grandes ciudades además de idear símbolos los proyectan en el propio país y en el mercado extranjero con el objetivo de promocionarse. Considera Vizcaino-Laorga (2007) que New York es el prototipo de la ciudad-símbolo merced a las malogradas Torres Gemelas que simbolizaban el poder y el capital, la Estatua de la Libertad de Bartholdi o el genial logotipo diseñado por Milton Glaser en la década de los años 70. Muchas otras ciudades se han unido a la creación de símbolos arquitectónicos o culturales, como ejemplos Barcelona (Torre Agbar), Bilbao (Museo Guggenheim). Según Muñiz (2007) las ciudades debieran de ser lugares gratos para habitar pero también tratan de atraer el máximo de inversiones, turismo y generar reputación y riqueza, es por ello que se están transformando en productos de consumo, en ocasiones en marcas. Las ciudades están evolucionando de tal manera, que sin menospreciar la necesidad de infraestructuras, toman mayor importancia los valores de talento y tolerancia, la calidad de vida urbana, la armonía con el medio natural, la creación de imagen e incluso de marca de ciudad. Entrando en detalle, Times Square conforma un hito al hablar de Nueva York, es el claro ejemplo de cómo la publicidad exterior ha ido adaptándose a la escena urbana gracias a la colocación de inmensos carteles luminosos en una de las zonas mejor situadas de la ciudad.

En el caso de Colombia, la Constitución Política no regula directamente la PEV, pero establece disposiciones relacionadas con la actividad publicitaria como un ejercicio lícito de la libertad de empresa (Artículos 38 y 333), y la protección del medio ambiente (Artículos 334 y 366). La Ley 140 de 1994, normativa específica sobre publicidad exterior, incorpora la protección del paisaje como un principio fundamental de la política ambiental, considerado patrimonio común. La Corte Constitucional, en las Sentencias C-535 de 1996 y C-064 de 1998, ha destacado la importancia del principio de rigor

subsidiario, que otorga a las autoridades territoriales la capacidad de regular la PEV de manera específica para proteger el interés colectivo.

Ahora bien, la actividad publicitaria debe contribuir al propósito de preservar un ambiente sano en busca de mejorar la calidad de vida de la población, conforme a lo dispuesto en los Artículos 334 y 366 de la Constitución Política de Colombia. En lo que respecta a la PEV, considerada como un medio masivo de comunicación, este se alinea con los objetivos establecidos por el artículo 2 de la Ley 140 de 1994.

La publicidad exterior visual, como medio masivo de comunicación, debe alinearse con los objetivos constitucionales y legales, garantizando que sus mensajes no infrinjan la moral, las buenas costumbres o generen confusión con la señalización vial (Ley 140 de 1994, Art. 2). Es fundamental que la PEV no sea equiparada con la contaminación visual, ya que esta última representa una infracción ambiental asociada al uso desmedido de elementos que alteran el paisaje de manera antiestética.

En Bogotá, la ausencia de políticas ambientales específicas para la PEV, especialmente en lo relacionado con la integración de nuevas tecnologías, ha generado desafíos significativos. El retraso en la actualización de normativas ha limitado la competitividad en el mercado publicitario y ha incrementado el riesgo de saturación visual en el paisaje urbano. En respuesta, la incorporación de tecnologías digitales, como paneles interactivos y soportes con alta capacidad visual, se presenta como una solución viable para modernizar el sector publicitario, siempre que se desarrolle bajo parámetros de sostenibilidad, eficiencia energética y respeto por el espacio público.

Particularmente, el principio de rigor subsidiario adquiere una relevancia especial en el ámbito del régimen jurídico que regula la publicidad exterior visual, reconocido por la Corte Constitucional en las Sentencias C-535 de 1996 y C-064 de 1998. Este principio permite establecer una jerarquía normativa que asegura la efectividad de las normas ambientales, otorgando a las autoridades territoriales la capacidad de intervenir de manera más específica y rigurosa en la regulación de la publicidad exterior visual.

La competencia atribuida a los concejos distritales y municipales emana de las disposiciones establecidas en la Constitución Política. Esta competencia se dirige a la formulación de normativas vinculadas a la protección de los recursos naturales, así como a la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural. Así lo dispone el Art. 313 numeral 9°, “dictar las normas necesarias para el control, la preservación y la defensa del patrimonio ecológico y cultural del municipio”. La Corte Constitucional ha reconocido que la publicidad exterior visual forma parte de los asuntos propios del patrimonio ecológico a cargo de los concejos distritales y municipales:

“En particular, la Constitución atribuye a los concejos municipales, como competencia propia, la facultad de dictar las normas para la protección del patrimonio ecológico municipal (Art. 313 numeral

9), por la cual la Corte considera que existen fenómenos ambientales que terminan en un límite municipal y pueden ser regulados autónomamente por el municipio.”

En relación con lo anterior, es crucial tener en cuenta que la colocación de la publicidad exterior visual se determina con un objetivo general y sus respectivos objetivos específicos. Dichos objetivos están orientados a mejorar la calidad de vida de los habitantes en todo el país.

Considerando la influencia de la publicidad exterior visual como un medio masivo de comunicación, es imperativo que esta no contenga mensajes que constituyan actos de competencia desleal, que atenten contra la moral y las buenas costumbres, o que generen confusión con la señalización vial o informativa. De acuerdo con lo establecido en la Ley 140 de 1994, toda publicidad debe incluir el nombre y teléfono del propietario del PEV, con el propósito de determinar la responsabilidad social correspondiente y para su adecuado control. En conexión con lo mencionado anteriormente, es importante destacar que la actividad de publicidad exterior visual no puede equipararse a la contaminación visual. La primera constituye una actividad económica lícita siempre y cuando se desarrolle dentro de los parámetros normativos establecidos por la Ley 140 de 1994 y sus respectivas reglamentaciones. En contraste, la contaminación visual se configura como una infracción administrativa en el ámbito ambiental, representando una alteración perjudicial o antiestética del paisaje.

Dado que la legislación no proporciona una definición precisa del término "contaminación visual", resulta relevante explorar algunas nociones elaboradas por la doctrina. Según la Personería Distrital de Bogotá:

“La contaminación visual está referida al abuso de ciertos elementos que no integran el componente arquitectónico de la ciudad y que, por el contrario, alteran los valores estéticos, la imagen del paisaje urbano y producen sobresaturación del estímulo visual de manera agresiva e invadiendo en forma simultánea de diversos espacios de la ciudad de manera que el peatón, el transeúnte, el ciudadano, en fin la persona habitante de la urbe, no pueda escapar a tan nocivo influjo”

Otra noción que existe sobre este tema se refiere a que:

“La contaminación visual es la alteración del paisaje causada por elementos, introducidos o generado por la actividad humana o de la naturaleza, que rompen el equilibrio del individuo con su medio, produciendo estímulos negativos perjudiciales”

En cuanto a la falta de políticas ambientales en relación con la publicidad exterior visual (PEV), el país carece de una política ambiental específica que aborde la integración de nuevas tecnologías y la preservación del espacio público. Esta

carencia ha generado fenómenos en ciudades como Bogotá, tales como la falta de competitividad en el mercado publicitario debido a estrictos controles, sanciones y pagos por registro de PEV. Además, los reglamentos municipales se han rezagado en la normativa para las nuevas tecnologías, generando un desequilibrio en la participación de los entes territoriales en los beneficios de la industria publicitaria. Esto conlleva el riesgo adicional de la saturación del paisaje, provocando una alteración perjudicial o antiestética del entorno.

Consecuentemente, la publicidad exterior experimenta actualmente cambios significativos en todos sus niveles, en respuesta a las nuevas dinámicas de desarrollo emergentes en un contexto globalizado. Además, ha evolucionado de manera paralela a la tecnología, con el objetivo de captar de manera más efectiva la atención del usuario y proporcionarle una experiencia única. Este fenómeno se refleja en la presencia de paneles digitales que incorporan una paleta rica en color, imágenes y texto, generando un valor agregado para el usuario en términos de satisfacción y confort.

Este valor añadido se traduce en un impacto más significativo en los usuarios que transitan por el espacio público, promoviendo una interacción, ya sea directa o indirecta, con los elementos visuales presentes en su entorno, tales como la reproducción de imágenes y mensajes publicitarios. Este enfoque busca optimizar la experiencia del usuario, fortaleciendo así el impacto de la publicidad exterior en el ámbito urbano (Lozano & Chafloque, 2018).

La publicidad exterior ha experimentado transformaciones significativas, destacándose la adopción de tecnologías avanzadas que han potenciado el uso de medios dinámicos. Estos elementos, como las pantallas digitales, se han convertido en herramientas clave para los comerciantes, gracias a su capacidad de captar la atención de los consumidores de manera efectiva. Según Grupo Fractalía (2015), estas pantallas, integradas tanto en entornos públicos como privados, forman parte de la cotidianidad urbana al punto de que, en ocasiones, pasan desapercibidas por su nivel de integración en el paisaje urbano.

En grandes ciudades como Madrid, Berlín y Nueva York, la digitalización ha impulsado iniciativas sorprendentes en el ámbito publicitario. Las pantallas publicitarias no sólo maximizan el potencial de los avances tecnológicos, sino que también se han consolidado como componentes esenciales del paisaje urbano, contribuyendo a su dinamismo visual y estético.

En este contexto, la regulación juega un papel crucial. Por ejemplo, se autoriza el uso de innovación tecnológica en los avisos de fachada, permitiendo la presentación estática y en movimiento de productos o servicios ofrecidos por los establecimientos. La evolución de la publicidad exterior ha sido posible gracias al desarrollo tecnológico y a la integración de internet, facilitando avances como la mejora en la iluminación, el dinamismo y la interacción con el público. Además, la evolución de los soportes publicitarios ha permitido una mayor integración con el espacio urbano, transformando fachadas de edificios y puntos estratégicos en soportes visuales altamente efectivos, como se observa en Times Square.

Las pantallas digitales han alcanzado un nivel avanzado de segmentación y personalización, características que se reflejan en su capacidad de adaptarse a diversos públicos y contextos. Sin embargo, estas innovaciones también han incrementado la luminosidad y el dinamismo de las pantallas, planteando desafíos para la convivencia urbana. Por ello, es fundamental establecer lineamientos claros que equilibren los intereses publicitarios con el bienestar de los ciudadanos.

En este sentido, las disposiciones técnicas deben alinearse con estándares internacionales y normativas locales. Ejemplos destacados incluyen el "Decreto por el que se abroga la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal y se expide la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México" y la "Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior de la Ciudad de Madrid". Estas normativas, por primera vez, regulan aspectos clave como la iluminación máxima de las superficies luminosas, adoptando recomendaciones de organismos internacionales como la Comisión Internacional del Alumbrado (CIE) y el Instituto Astrofísico de Canarias.

La implementación de estas regulaciones no solo asegura un entorno visual más equilibrado, sino que también promueve una relación armónica entre la tecnología publicitaria y la calidad de vida en las ciudades, estableciendo un referente para futuras iniciativas en el ámbito de la publicidad exterior visual.

5.1. Publicidad Exterior Divisible.

La Publicidad Exterior Visual (PEV) divisible se refiere a un tipo de publicidad que puede ser segmentada o dividida en unidades más pequeñas e independientes, tanto física como conceptualmente. Este formato publicitario, diseñado para ubicarse en espacios públicos, incluye elementos como vallas, letreros o pantallas visibles desde el exterior. El carácter "divisible" de este tipo de PEV permite maximizar la flexibilidad en la gestión del espacio publicitario, ya sea mediante la proyección de contenidos diferenciados en secciones específicas de un soporte o la comercialización de partes delimitadas del mismo a diversos anunciantes.

Vacío Normativo en Bogotá. A pesar de su creciente presencia en Bogotá, la PEV divisible carece de una regulación específica dentro del marco normativo distrital, lo que genera incertidumbre y desafíos en su implementación y control. El Decreto 959 de 2000, que regula los elementos de la PEV en la ciudad, no contempla directrices claras respecto a esta modalidad, dejando un vacío normativo en cuanto a las restricciones, requisitos y estándares técnicos aplicables.

Implicaciones del Carácter Divisible de la PEV. La capacidad de división ofrece varias ventajas operativas y comerciales, como:

Flexibilidad en el Contenido Publicitario:

- ❖ Permite mostrar anuncios diferenciados en diversas secciones de un soporte único, optimizando el uso del espacio.

- ❖ Facilita la adaptación del contenido a segmentos específicos del público que transita en diferentes horarios o ubicaciones.

Comercialización Eficiente del Espacio:

- ❖ Posibilita la venta de porciones delimitadas del soporte a múltiples anunciantes, generando mayores oportunidades económicas para los operadores publicitarios.
- ❖ Permite a pequeños negocios acceder a espacios publicitarios fraccionados, democratizando el uso de la PEV.
- ❖ Riesgos Asociados y Necesidad de Regulación.

5.2. Áreas de Desarrollo naranja - Distritos Creativos en Bogotá.

Estos distritos buscan fomentar la economía creativa y cultural en determinadas zonas urbanas. Estas áreas se diseñan para atraer y apoyar a profesionales y empresas creativas, incluyendo sectores como las artes, la tecnología, el diseño y la innovación.

5.3. Distrito de Luz para el aprovechamiento especial de Publicidad Exterior Visual.

La creación de los Distritos de Luz en Bogotá responde a la necesidad de consolidar zonas estratégicas que potencien el desarrollo de la industria publicitaria mediante el uso de nuevas tecnologías e innovación. Estos distritos no solo representan un avance en la modernización de la publicidad exterior visual, sino que también fortalecen la economía local al atraer inversión privada, fomentar la generación de empleo y consolidar un ecosistema creativo que conecta a empresas, agencias y profesionales del sector. Este enfoque contribuye a posicionar a Bogotá como una ciudad creativa y competitiva en el ámbito regional e internacional.

La proximidad geográfica y la interacción dinámica entre los actores del sector en estos distritos favorecen el intercambio de ideas, la colaboración interdisciplinaria y el acceso compartido a recursos estratégicos. Este modelo no solo impulsa la eficiencia y la innovación, sino que también crea un entorno propicio para el surgimiento de nuevos talentos y proyectos publicitarios. En este sentido, los Distritos de Luz se perfilan como motores clave para la revitalización económica y cultural en las áreas donde se implementan.

Adicionalmente, los Distritos de Luz tienen el potencial de revalorizar el espacio público a través de la incorporación de tecnologías modernas que armonicen con el entorno urbano y promuevan prácticas sostenibles. Al integrar elementos de publicidad exterior visual con estándares de diseño, creatividad e innovación, se mejora significativamente la estética de la ciudad y se incentiva la apropiación del espacio público por parte de la ciudadanía.

En el contexto educativo y cultural, estos distritos pueden albergar instituciones académicas especializadas y ser sede de eventos, exposiciones y ferias, promoviendo el conocimiento y el intercambio de experiencias entre actores de la industria.

Esto no solo fomenta la profesionalización del sector, sino que también contribuye al fortalecimiento del tejido social y al desarrollo integral de las comunidades locales.

Finalmente, este Proyecto de Acuerdo busca garantizar que la planificación y gestión de los Distritos de Luz se realicen bajo principios de equilibrio entre el desarrollo comercial y la calidad de vida de las comunidades. Con una visión estratégica y sostenible, estos distritos pueden consolidar a Bogotá como un referente en la industria publicitaria, posicionándose como una ciudad innovadora, competitiva y culturalmente vibrante, alineada con los objetivos del desarrollo urbano sostenible.

6. Marco Conceptual

6.1.1. Acercamiento conceptual de publicidad exterior visual.

En este segmento se abordan conceptos fundamentales relacionados con los procesos de instalación y regulación de elementos de Publicidad Exterior Visual (PEV), en concordancia con las dinámicas de evolución y planificación urbana. El análisis parte del concepto de paisaje urbano, entendido como la interacción de variables ambientales, culturales y humanas que configuran la identidad visual y funcional de los territorios urbanos.

6.1.1.1. Paisaje Urbano y su relación con la PEV.

El paisaje urbano se define como la combinación de respeto medioambiental, calidad de vida e identidad cultural, influenciada por elementos como la historia, las construcciones, los valores sociales y las dinámicas ambientales (González, 2021). Según el Convenio Europeo del Paisaje, el paisaje constituye un bien de interés común que contribuye significativamente a la calidad de vida de las personas, especialmente en contextos urbanos donde estos elementos se integran en la cotidianidad (Gómez, 2013).

El artículo *"El paisaje urbano: una aproximación a sus componentes básicos para su inserción en planes y proyectos"* destaca componentes esenciales del paisaje urbano como la morfología territorial, la trama, la textura y los elementos singulares, que construyen la percepción e identidad de la ciudad (Gómez, 2013). En este contexto, el paisajismo urbano es dinámico, influenciado por los cambios demográficos y las exigencias estéticas y funcionales del espacio público.

6.1.1.2. Impacto de la contaminación visual.

La contaminación visual se refiere a la saturación del paisaje por elementos publicitarios o arquitectónicos que afectan negativamente la percepción y funcionalidad del espacio público. Este fenómeno, caracterizado por la sobreexposición de elementos de gran escala, genera confusión, estrés y una alteración del sentido del lugar, afectando la calidad de vida de los habitantes (Gómez, 2013). Este impacto negativo resalta la necesidad de normativas que regulen la ubicación, distribución y diseño de la PEV para minimizar su efecto en el entorno urbano.

6.1.1.3. Definiciones y Conceptos Clave en la PEV.

A continuación, se presentan conceptos esenciales relacionados con la Publicidad Exterior Visual y su interacción con el espacio público:

6.1.1.3.1. Afectación Visual.

Distorsión, impacto o efecto causado por la localización del elemento publicitario, o de cualquier dispositivo electrónico o tecnología que anuncie publicidad, cuya iluminación artificial sea excesiva y produzca deslumbramiento cuando se observa desde la vía pública o genere servidumbre de luz en predios y zonas residenciales.

6.1.1.3.2. Anunciante.

Persona natural o jurídica responsable del anuncio de un producto, obra, proyecto, actividad o servicio; la cual obtiene la autorización denominada registro de Publicidad Exterior Visual - PEV para mogadores o carteleras.

6.1.1.3.3. Afiche o cartel convencional.

Elemento publicitario tipo afiche o cartel elaborado con materiales como papel o similares y que es ubicado en el elemento del mobiliario urbano tipo mogador o cartelera local.

6.1.1.3.4. Área Disponible en Infraestructura.

Para efectos de establecer el área para explotación de publicidad en la infraestructura al interior del Sistema TransMilenio, se entenderá como el área construida, más el área de la superficie entre columnas o muros desde el piso hasta la cubierta. Para efectos de verificación del área construida de estaciones y portales, se acudirá a los planos de construcción o los documentos técnicos que hagan sus veces, los cuales reposan en el IDU.

6.1.1.3.5. Aviso con membranas de luz o pantalla.

Elemento de Publicidad Exterior Visual tipo aviso instalado que cuenta con pantalla o que emplea membranas de luz.

6.1.1.3.6. Aviso en fachada.

Elemento de Publicidad Exterior Visual tipo aviso que se instala en la fachada cuya finalidad es dar propaganda con fines profesionales, informativos de la actividad comercial que se instalan, adosan o se fijan a las fachadas de las edificaciones en las que funciona el establecimiento de comercio.

6.1.1.3.7. Aviso divisible de fachada.

Elemento de Publicidad Exterior Visual tipo aviso del cual se predica una unidad pese a que se encuentra materialmente separados, que se instala en la fachada cuya finalidad es dar propaganda con fines profesionales, informativos de la

actividad comercial que se desarrolla en la estructura a la que se adosan, los cuales mantendrán un mismo sentido (horizontal. Vertical), de tal manera que al unirse el área resultante no exceda el 30% del área de la fachada respectiva.

6.1.1.3.8. Aviso separado de fachada.

Elemento de publicidad exterior visual que se encuentra montado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos.

6.1.1.3.9. Contaminación Visual.

Es la saturación del paisaje y del espacio público por la fijación y exposición tanto de los elementos de publicidad exterior visual, regulados o no, como de los elementos no considerados publicidad exterior visual pero que impactan el paisaje.

La contaminación visual afecta la calidad del paisaje por cuanto altera el sentido del lugar y de los aspectos arquitectónicos, estéticos y culturales de la ciudad, generando en los ciudadanos percepciones de confusión, estrés, distracción y otros estímulos y sensaciones agresivas que afectan negativamente el ambiente y por lo tanto la calidad de vida de los habitantes.

6.1.1.3.10. Dimensiones.

Se entiende como el área máxima habilitada que podrá tener el elemento publicitario.

6.1.1.3.11. Espacio Público.

Áreas destinadas al uso colectivo, como calles, parques y plazas, diseñadas para satisfacer necesidades urbanas y garantizar la convivencia armónica.

El espacio público está constituido por las áreas requeridas para la circulación tanto peatonal como vehicular, el espacio aéreo las áreas para la recreación pública, activa o pasiva. para la seguridad y tranquilidad ciudadana, las franjas de retiro de las edificaciones sobre las vías, fuentes de agua, parques, plazas, zonas verdes y similares, las necesarias para la instalación y mantenimiento de los servicios públicos básicos, para la instalación y uso de los elementos constitutivos del amoblamiento urbano en todas sus expresiones, para la preservación de las obras de interés público y de los elementos históricos, culturales, religiosos, recreativos y artísticos, para la conservación y preservación del paisaje y los elementos naturales del entorno de la ciudad, las zonas de reserva forestal o ambiental, las zonas de ronda de los cuerpos de agua y áreas protegidas y otros elementos que constituyen la estructura ecológica principal y en general por todas las zonas existentes o debidamente proyectadas en las que el interés colectivo sea manifiesto y conveniente y que constituyan, por consiguiente, zonas para el uso o el disfrute colectivo.

6.1.1.3.12. Fachada.

Cara o pared de una edificación que a través de soluciones arquitectónicas y paisajísticas organiza la transición entre el espacio público y las edificaciones privadas, la cual hace parte integral del paisaje urbano consolidando la imagen y el funcionamiento del espacio público para el encuentro.

6.1.1.3.13. Innovación Tecnológica.

Posibilidad de nuevos formatos en materia de publicidad Exterior Visual con características técnicas y dimensiones diferentes a las establecidas en el presente acuerdo.

6.1.1.3.14. Iluminación artificial.

Fuente de luz procedente de tecnología integrada por bombillas, pantallas, reflectores, LEDS u otro componente electrónico capaz de transmitir luminosidad. También se refiere a la emisión de luz proveniente del elemento de publicidad exterior visual o del aditamento o accesorio que ilumina dicha publicidad.

6.1.1.3.15. Mural.

Diseño o representación artística y cultural, pintada o dibujada sobre la superficie de un muro o las culatas de las edificaciones.

6.1.1.3.16. Mural artístico.

Imagen con finalidad artística y cultural, que con carácter decorativo es pintado sobre los muros y culatas de las edificaciones.

6.1.1.3.17. Mural artístico con pauta comercial.

Imagen artística y cultural, que con carácter decorativo es pintado sobre los muros y culatas de las edificaciones y que adicionalmente cuenta con una pauta publicitaria en su arte.

6.1.1.3.18. Pantallas Electrónicas.

Soportes digitales para la proyección de imágenes luminosas, con características técnicas específicas como resolución, color y tamaño.

6.1.1.3.19. Paisaje Urbano.

Nace a partir de la combinación de fenómenos ambientales, culturales y humanos, los cuales crean una identidad colectiva que fomentan el desarrollo económico de la ciudad siendo la publicidad exterior visual la actividad que genera un mayor impacto en el mismo.

6.1.1.3.20. Paneles publicitarios.

Son elementos de gran formato que llevan impresos mensajes publicitarios, cívicos, institucionales, comerciales, turísticos, culturales, informativos y artísticos, que se colocan para su apreciación visual en lugares exteriores o interiores de la infraestructura del Sistema TransMilenio, y que se encuentran montados sobre una estructura metálica u otro material rígido estable con sistemas fijos; el cual se integra física, visual, arquitectónicamente y estructuralmente al elemento que lo soporta. No podrán sobresalir del límite del área donde se ubique. Los paneles que se ubiquen en la parte exterior y adosada al Sistema, tendrán un área del 80% con la publicidad y/o mensaje institucional, cívico, cultural, artístico, turístico o deportivo y un área del 20% para el patrocinador. (Definición tomada del Manual de publicidad exterior visual para el Distrito Capital)

6.1.1.3.21. Pauta publicitaria.

Medio masivo de comunicación con la finalidad de comunicar un mensaje comercial, durante un período de tiempo determinado.

7. Competencia del Concejo de Bogotá.

De conformidad con el Decreto Ley 1421 expresa el artículo 12, lo siguiente: “Artículo 12. Atribuciones. Corresponde al Concejo Distrital, de conformidad con la Constitución y la ley:

1. Dictar las normas necesarias para garantizar el adecuado cumplimiento de las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del Distrito. (...)
7. Dictar las normas necesarias para garantizar la preservación y defensa del patrimonio ecológico, los recursos naturales y el medio ambiente.
25. Cumplir las demás funciones que le asignen las disposiciones vigentes.”

8. Impacto Fiscal.

De conformidad con lo anterior y en cumplimiento del Artículo 7° de la Ley 819 de 2003, aclaramos que la presente iniciativa no genera un impacto fiscal que implique una modificación en el marco fiscal de mediano plazo, toda vez que no se incrementará el Presupuesto del Distrito, ni ocasionará la creación de una nueva fuente de financiación, en la medida en que el presupuesto fue proyectado dentro del marco del Plan de Desarrollo Distrital.

En mérito de lo expuesto,

JUAN JAVIER BAENA MERLANO
H.C. Partido Nuevo Liberalismo

Anexos:
Copia:
Elaboró:
Revisó:
Aprobó:

9. Referencia.

Acuerdo 036 de 2017 “Por el cual se regula la publicidad exterior visual en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones” Gaceta Oficial de la Alcaldía de Medellín. No. 4454. Red Interna. Recuperado de:

<https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/medellin/Temas/PlaneacionMunicipal/Programas/Shared%20Content/Documentos/2019/PlanesParciales/ZONA%205/Villa%20Carlota/Decreto%20Pr%C3%B3rroga%200522%20de%202017.pdf>

Ayala Rodriguez, J. J. (2017). Características y efectos de la contaminación visual de carácter publicitario en la ciudad de asunción, Paraguay. Recuperado de:

<https://dspacecicco.conacyt.gov.py/jspui/bitstream/123456789/42710/1/Ayala-Rodriguez-Caracteristicas-y-efectos-de-la-contaminacion-visual-de-caracter-publicitario-en-la-ciudad-de-Asuncion.pdf>

Ayuntamiento de Madrid. (2011). Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior. Madrid.

https://sede.madrid.es/FrameWork/generacionPDF/ANM2011_139.pdf?idNormativa=05204a9fc064f710VgnVCM1000001d4a900aRCRD&nombreFichero=ANM2011_139&cacheKey=39

Amaya Navas, Óscar Dario. La constitución Ecológica de Colombia. Universidad Externado de Colombia, Bogotá, 2002.

Corte Constitucional (1996). Sentencia C-535 de 1996. Gaceta de la Corte Constitucional. Expediente D-1239 (Entidades Territorial y Publicidad Exterior Visual), M.P Martinez Caballero, Alejandro.

Recuperado de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4182#0>

Corte Constitucional (1998). Sentencia C-064 de 1998. Gaceta de la Corte Constitucional. Expediente D-1765 (Patrimonio Ecológico Local y Principio de Rigor Subsidiario), M.P Naranjo Mesa, Vladimiro.

Recuperado de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1998/C-064-98.htm>

Corte Constitucional (1996). Sentencia C-495 de 1996. Gaceta de la Corte Constitucional. Expediente D-1285 (Planificación Ambiental y Constitución Ecológica), M.P Moron Díaz, Fabio. Recuperado de:

<https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1996/c-495-96.htm#:~:text=Sentencia%20C%20495%20F96&text=La%20planificaci%C3%B3n%20ambiental%20debe%20responder,y%20las%20entidades%20territoriales%20correspondientes.>

Corte Constitucional (2012). Sentencia C-592 de 2012. Gaceta de la Corte Constitucional. Expediente D-8909 (Publicidad y propaganda comercial, Limitaciones a publicidad comercial), M.P Palacio

Palacio, Jorge Ivan. Recuperado de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/RELATORIA/2012/C-592-12.htm>

Constitución Política de Colombia (1991). Congreso de la República de Colombia. Recuperado de:

<https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Constitucion/1687988>

[253DdeleteTemporalFile%2526tmp%253Ddbe5f6c8b505a661688bc65b342e07e1&pdf=1&tmp=dbe5f6c8b505a661688bc65b342e07e1&fileItem=16907](https://fractaliasystems.com/las-pantallas-publicitarias-estan-transformando-las-ciudades/)

Grupo Fractalia. (2015). Las pantallas publicitarias están transformando las ciudades. Grupo Fractalia. Retrieved April 13, 2023, from <https://fractaliasystems.com/las-pantallas-publicitarias-estan-transformando-las-ciudades/>

González, E. (2021). Paisaje urbano: ¿Qué es y cuáles son las principales características? Escuela Superior de Diseño de Barcelona. Recuperado de: <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-espacios/paisaje-urbano-que-es-y-cuales-son-las-principales-caracteristicas>

Gomez, M., Gomez, T., & Gómez, D. (2013, March 19). El paisaje urbano: una aproximación a sus componentes básicos para su inserción en planes y proyectos | Ciudad y Territorio Estudios Territoriales. RECyT. Recuperado de: <https://recyt.fecyt.es/index.php/CyTET/article/view/76180>

Hess, A., 2007 (2007) Sensibilidad Urbana ambiental - Contaminación sonora y visual. Facultad de ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste. Argentina.

Ley 1421 de 1993. (1993) Congreso de la República de Colombia. “Por el cual se dicta el régimen especial para el Distrito Capital de Santafé de Bogotá” (22 de julio de 2023) Recuperado de: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_1421_1993.html

Ley 1801 de 2016. (2016) Congreso de la República de Colombia. “Por la cual se expide el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana” (29 de julio de 2016) Recuperado de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=80538>

Ley 140 de 1994, (1994) “por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional” Congreso de la República. Recuperado de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=328>

Ley 9 de 1898 (1899) Congreso de la República de Colombia. “Por la cual se dictan normas sobre planes de desarrollo municipal, compraventa y expropiación de bienes y se dictan otras disposiciones” (11 de enero de 1899). Recuperado de: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1175>

Ley 99 de 1993. (1993) “por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones.” Congreso de la República de Colombia. (22 de diciembre de 2022) Recuperado de: <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1635523>

Mendez Velandia, C. (2013). La contaminación visual de los espacios públicos. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de: <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/39347>

Lozano, Jeri & Reque Chafloque, D. d. R. (2018). Análisis de la contaminación visual publicitaria en la vía pública de la ciudad de Chiclayo. Causas y efectos. Perú. Recuperado de: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4849/Jer%C3%AD%20Lozano%20%26%20Reque%20Chafloque.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rozadas, N,. 2006. Contaminación Visual. Revista Académica del Equipo Federal del Trabajo (Revista en línea); No. 315. Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior. Ordenanza Municipal. “Regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones y actividades de publicidad exterior, cualquiera que sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje” (30 de enero de 2009) Recuperado de: https://sede.madrid.es/FrameWork/generacionPDF/ANM2013_114.pdf?idNormativa=95bdc822b369810VgnVCM2000001f4a900aRCRD&nombreFichero=ANM2013_114&cacheKey=11

10. Articulado del Proyecto de Acuerdo.

PROYECTO DE ACUERDO NO 003 DE 2025**PRIMER DEBATE**

"PROYECTO DE ACUERDO MEDIANTE EL CUAL SE ESTABLECEN LINEAMIENTOS PARA LA CREACIÓN DE DISTRITOS DE LUZ ORIENTADOS AL APROVECHAMIENTO ESPECIAL DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL, INCORPORANDO NUEVAS TECNOLOGÍAS E INNOVACIÓN, Y SE DISPONE LA ACTUALIZACIÓN NORMATIVA JUNTO CON LA COMPILACIÓN DE UN DECRETO ÚNICO REGLAMENTARIO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL DISTRITO."

EL CONCEJO DE BOGOTÁ

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el numeral 1 del artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993,

ACUERDA:

Artículo 1. Objeto. Establecer lineamientos para la creación de Distritos de Luz como espacios autorizados para la instalación de elementos de Publicidad Exterior Visual (PEV) basados en nuevas tecnologías e innovación. Asimismo, dispone la actualización normativa y la compilación de un Decreto Único Reglamentario de Publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital.

Parágrafo Primero. La Administración Distrital, liderada por la Secretaría Distrital de Ambiente, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural y el Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público (DADEP), será responsable de definir los lineamientos para la reglamentación y reconocimiento de polígonos destinados al uso y aprovechamiento económico de la PEV de nuevas tecnologías e innovación, en concordancia con el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), los Distritos Creativos según el Decreto 539 de 2023, los Distritos Especiales de Mejoramiento y Organización Sectorial, y demás normativa vigente.

Parágrafo Segundo. El Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público y las entidades administradoras del espacio público deberán incluir, dentro del Marco Regulatorio del Aprovechamiento Económico del Espacio Público, disposiciones que permitan el uso de elementos de PEV con nuevas tecnologías e innovación.

Parágrafo Tercero. La Secretaría Distrital de Ambiente, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural y el Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público (DADEP), tendrán doce (12) meses, a partir de la vigencia del presente Acuerdo, para expedir la normativa que reglamente

los Distritos de Luz con aprovechamiento especial de Publicidad Exterior Visual de nuevas tecnologías e innovación en el Distrito Capital.

Artículo 2. Distritos de Luz. Los Distritos de Luz son áreas designadas dentro del espacio público, destinadas al aprovechamiento económico a través de la instalación de PEV basada en nuevas tecnologías e innovación. Estos espacios estarán orientados a propiciar la mejora del entorno urbano, fortalecer el tejido social, y fomentar actividades culturales y socioeconómicas lícitas, en el marco de la industria publicitaria.

Artículo 3. Ámbito de aplicación. El presente Acuerdo será aplicable en toda la jurisdicción urbana del Distrito Capital. Su implementación incluye la actualización y compilación normativa de la PEV, así como la regulación de las tecnologías innovadoras utilizadas en la publicidad exterior visual. Estas deberán estar alineadas con los sitios permitidos, como Distritos Creativos, Distritos Especiales de Mejoramiento y Organización Sectorial, y mobiliario urbano que promueva la sostenibilidad del espacio público.

Parágrafo. La Administración Distrital, a través de las entidades competentes, deberá definir el procedimiento y el porcentaje mínimo de PEV con nuevas tecnologías e innovación que será destinado a la promoción de productos locales y oferta institucional, en conformidad con el Marco Regulatorio del Aprovechamiento Económico del Espacio Público.

Artículo 4. Principios. Las actuaciones administrativas desarrolladas para la creación de los Distritos de Luz se guiarán por los principios constitucionales y legales aplicables a la función administrativa. En particular, se tendrán en cuenta los siguientes:

1. **Igualdad.** Garantizar trato equitativo a todas las personas e instituciones involucradas.
2. **Imparcialidad.** Asegurar que las actuaciones administrativas estén libres de discriminación y motivaciones subjetivas.
3. **Participación.** Las entidades promoverán y atenderán las iniciativas de los ciudadanos, organizaciones, comunidades, asociaciones, y agremiaciones encaminadas a intervenir en los procesos de deliberación, formulación, ejecución, control y evaluación de la gestión pública.
4. **Transparencia.** Hacer accesible toda información administrativa, salvo reserva legal.
5. **Publicidad.** Difundir de manera masiva y sistemática las actuaciones administrativas mediante tecnologías de la información.
6. **Coordinación.** Concertar actividades entre entidades para cumplir los lineamientos establecidos en este Acuerdo.
7. **Eficacia.** Las entidades buscarán que los procedimientos logren su finalidad y, para el efecto, removerán de oficio los obstáculos puramente formales, evitarán decisiones inhibitorias, dilaciones o retardos.

8. **Economía.** Las entidades deberán proceder con austeridad y eficiencia, optimizar el uso del tiempo y de los demás recursos, procurando el más alto nivel de calidad en sus actuaciones.
9. **Celeridad.** Las entidades impulsarán los procedimientos, e incentivarán el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, a efectos de que los procedimientos se adelanten con diligencia, dentro de los términos legales y sin dilaciones injustificadas.

Artículo 5. Definiciones. Para efectos del presente Acuerdo se adoptan las siguientes Definiciones:

1. **Medios de información tecnológicos.** Entiéndase por medios de información tecnológicos y de iluminación artificial, aquellos dónde la fuente de luz procede de tecnología integrada por bombillas, pantallas, reflectores, LEDS u otro componente electrónico capaz de transmitir luminosidad. También se refiere a la emisión de luz proveniente del elemento de publicidad exterior visual o del aditamento o accesorio que ilumina dicha publicidad.
2. **Avisos digitales.** Entiéndase por avisos digitales aquellos con pantalla electrónica, como el medio físico de comunicaciones donde se proyectan imágenes luminosas, las cuales pueden tener diferentes emisores y receptores. La proyección de imágenes puede tener diferentes características de secuencia, resoluciones, colores y tamaños.

Parágrafo. En las vitrinas con uso de avisos digitales, se tendrán en cuenta los lineamientos establecidos por la Administración Distrital en cabeza de la Secretaría Distrital de Ambiente.

3. **Pauta publicitaria.** Entiéndase por pauta publicitaria, cómo el medio masivo de finalidad de comunicar un mensaje comercial, durante un período de tiempo determinado.

Parágrafo. La Administración Distrital, en cabeza de la Secretaría de Ambiente y la Secretaría Distrital de Hacienda, regulará la proyección de mensajes comerciales.

4. **Proyección en gran formato.** Entiéndase como proyecciones digitales temporales realizadas sobre las fachadas, siempre y cuando cuenten con la previa autorización emitida por la autoridad competente.

Parágrafo. Estas proyecciones podrán contener información comercial, institucional, cultural, cívica o similares; esta Publicidad Exterior Visual 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 o informativa.

5. **Innovación tecnológica.** Entiéndase como la aplicación innovadora de tecnologías sobre los elementos de Publicidad Exterior Visual habilitados, para potencializar el alcance de la comunicación. La innovación podrá

proveer cambio del mensaje del elemento de publicidad, de un anuncio a otro sin incluir video, animación, imágenes en movimiento o sonido.

Artículo 6. Fijación de cobro y servicios de Evaluación y Seguimiento Ambiental. La Administración Distrital, en cabeza de la Secretaría Distrital de Ambiente, el Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público (DADEP) y La Secretaría Distrital de Hacienda, fijarán el procedimiento para el cobro y aprovechamiento de los servicios de Evaluación y Seguimiento Ambiental en materia de Publicidad Exterior Visual con uso de nuevas tecnologías e innovación en los Distritos de Luz.

Parágrafo. Los recursos obtenidos por concepto del aprovechamiento de los servicios de Evaluación y Seguimiento Ambiental en materia de Publicidad Exterior Visual podrán ser destinados a la recuperación, conservación, preservación y financiación del patrimonio cultural del Distrito Capital.

El Instituto Distrital de Patrimonio Cultural será el encargado de reglamentar su uso para garantizar el uso adecuado de dichos recursos.

Artículo 7. Política de racionalización, estandarización, digitalización de trámites, entre otros procedimientos administrativos. La Administración Distrital, en cabeza de la Secretaría Distrital de Ambiente, deberá asegurar, en el trámite para la creación de los Distritos de Luz, el cumplimiento de los principios establecidos en el presente Acuerdo, en la Constitución, en las leyes, y orientar su actuar bajo los siguientes lineamientos:

1. Eliminar las asimetrías en trámites, otros procesos administrativos y consultas de acceso a la información, que generen tratos discriminatorios de la entidad hacia los administrados interesados en el marco de la Publicidad Exterior Visual.
2. Garantizar la mayor transparencia y eficiencia en los trámites y otros procedimientos administrativos, eliminando entorpecimiento alguno que ocasionen mayores costos y/o efectos colaterales negativos para el libre desarrollo de las actividades relacionadas con la Publicidad Exterior Visual.
3. En el marco de la digitalización, se establecerá la automatización de trámites y el empleo de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), con el propósito de respaldar y optimizar las actividades y trámites relacionados con la Publicidad Exterior Visual.
4. La Secretaría Distrital de Ambiente coordinará la implementación de medidas que faciliten la fluidez de la comunicación entre las distintas entidades involucradas, con el objetivo de agilizar la tramitación de autorizaciones, supervisando el cumplimiento de las diferentes normativas establecidas. Para estos efectos, la Secretaría Distrital de Ambiente deberá garantizar la armonización de los trámites, de manera tal que los tiempos requeridos en unas y otras entidades no perjudiquen a los solicitantes de los trámites ni temporal ni económicamente. Así, se establecerán protocolos específicos para la transmisión eficiente de información entre

las entidades competentes, garantizando la sincronización de acciones y la pronta resolución de procesos con regulación de Publicidad Exterior Visual.

Artículo 8. Régimen de Transición. Una vez entre en vigor el presente Acuerdo, se aplicarán los siguientes lineamientos durante la transición de una regulación a otra:

1. Las licencias y autorizaciones vigentes antes de ser expedido este Acuerdo conservarán su validez hasta la fecha de su vencimiento.
2. En caso de no haberse señalado plazo en la licencia o permiso, concedido a la Publicidad Exterior Visual, tal permiso o licencia perderá su validez doce (12) meses después de la entrada en vigencia de este Acuerdo.
3. La publicidad exterior visual que no cuente con ningún tipo de licencia o permiso deberá ser registrada dentro de un plazo no mayor a seis (6) meses a solicitud del anunciante.
4. En el caso de los trámites de licencias, permisos, registros y otras solicitudes relacionadas con la Publicidad Exterior Visual (PEV) que estén actualmente en proceso y no hayan sido finalizados mediante acto administrativo en firme, archivo, desistimiento u otra modalidad de culminación del trámite, se les aplicará este Acuerdo. De manera que las entidades competentes deberán requerir a los solicitantes que ajusten sus solicitudes de acuerdo con los lineamientos descritos en este acuerdo, proporcionando un plazo razonable no inferior a un (1) mes para ello.

Artículo 9. Actualización Normativa. La Administración Distrital, en cabeza de la Secretaría Distrital de Ambiente, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, el Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público (DADEP) y demás entidades competentes, deberá realizar, en un término no mayor a 12 meses de entrada en vigencia del presente Acuerdo, una actualización normativa sobre la Publicidad Exterior Visual, con el objetivo de impulsar su continua readaptación, a partir del uso de nuevas tecnologías e innovación, para el aprovechamiento del Espacio Público del Distrito.

Artículo 10. Decreto Único Reglamentario. La Administración Distrital, en cabeza de la Secretaría Distrital de Ambiente, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, el Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público (DADEP) y demás entidades competentes, llevará a cabo acciones para la actualización y compilación de un Decreto Único Reglamentario de Publicidad Exterior Visual en el Distrito.

Artículo 11. Informe. La Secretaría Distrital de Ambiente, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, el Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público (DADEP) y las demás entidades competentes de la Administración Distrital, elaborarán un informe integral para el Concejo de Bogotá, sobre la implementación de las disposiciones del presente Acuerdo.

El Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público consolidará y presentará dicho informe integral ante el Concejo de Bogotá cada 4 de diciembre, en el marco del Día del Publicista.

Artículo 12. Vigencia. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE.

PROYECTO DE ACUERDO NO 004 DE 2025

PRIMER DEBATE

POR MEDIO DEL CUAL SE PROMUEVE LA CULTURA DE DONACIÓN DE ÓRGANOS EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO CAPITAL Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES

1. OBJETO DEL PROYECTO DE ACUERDO

El presente Proyecto de Acuerdo tiene por objeto fomentar la cultura de donación de órganos y tejidos, con fines de trasplante en las Instituciones Educativas del Distrito Capital; a través de actividades deportivas y culturales mediante las cuales se sensibilice a la comunidad estudiantil en la importancia que tiene la donación para salvar vidas.

2. ANTECEDENTES

PROYECTO DE ACUERDO	TRÁMITE
001 de 2023: “Por medio del cual se promueve la cultura de donación de órganos en las Instituciones Educativas del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones”	Tramitado en la comisión segunda permanente de Gobierno, Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022. Ponencias positivas de los Concejales Álvaro Acevedo Leguizamón (Coordinador) y. Fabián Andrés Puentes Sierra
167 de 2023: “Por medio del cual se promueve la cultura de donación de órganos en las Instituciones Educativas del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones”	Tramitado en la comisión segunda permanente de Gobierno, Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022. Ponencias positivas de los Concejales Álvaro Acevedo Leguizamón (Coordinador) y. Fabián Andrés Puentes Sierra
459 de 2023: “Por medio del cual se promueve la cultura de donación de órganos en las Instituciones Educativas del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones”	Tramitado en la comisión segunda permanente de Gobierno, Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022. Ponencias positivas de los Concejales Álvaro Acevedo Leguizamón (Coordinador) y. Fabián Andrés Puentes Sierra
436 de 2023: “Por medio del cual se promueve la cultura de donación de órganos en las Instituciones Educativas del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones”	Tramitado en la comisión segunda permanente de Gobierno, Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022. Ponencias positivas de los Concejales Álvaro Acevedo Leguizamón (Coordinador) y. Fabián Andrés Puentes Sierra
059 de 2024: “Por medio del cual se promueve la cultura de donación de órganos en las Instituciones Educativas del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones”	Tramitado en la comisión segunda permanente de Gobierno, Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022.

	Ponencias positivas de los Concejales Angelo Schiavenato Rivadeneira (Coordinador) y Emel Rojas Castillo.
205 de 2024: “Por medio del cual se promueve la cultura de donación de órganos en las Instituciones Educativas del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones”	Tramitado en la comisión segunda permanente de Gobierno, Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022. Ponencias positivas de los Concejales Angelo Schiavenato Rivadeneira (Coordinador) y Emel Rojas Castillo
503 de 2024: “Por medio del cual se promueve la cultura de donación de órganos en las Instituciones Educativas del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones”	Tramitado en la comisión segunda permanente de Gobierno, Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022. Ponencias positivas de los Concejales Humberto Rafael Amín Martelo (coordinador) y José del Carmen Cuesta Novoa
637 de 2024: “Por medio del cual se promueve la cultura de donación de órganos en las Instituciones Educativas del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones”	Tramitado en la comisión segunda permanente de Gobierno, Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022. Ponencias positivas de los Concejales Humberto Rafael Amín Martelo (coordinador) y José del Carmen Cuesta Novoa

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

3.1. Importancia de la donación de órganos:

La donación y trasplante de órganos es uno de los más grandes avances de la ciencia para salvar o prolongar la existencia, o añadir calidad de vida, a personas que padecen alguna enfermedad que compromete su vida o, en el mejor de los casos, el normal funcionamiento de su organismo. En la donación y trasplante de órganos, hay un receptor enfermo y hay un donador, que puede estar vivo o fallecido recientemente. Puede ser un acto humano y generoso, o interesado y comercial.

Dada las implicaciones éticas del trasplante de órganos, la OMS ha desarrollado una serie de principios que rigen este acto médico y en términos generales están orientados a evitar que la donación se convierta en una oportunidad para la comercialización y el tráfico de órganos, que iría en detrimento de los más pobres y vulnerables. En resumen, la donación de órganos debe ser un acto voluntario, altruista y no lucrativo.

En todos los casos de los donantes fallecidos, debe prevalecer la certeza de que en vida la persona no se hubiere manifestado en contra de dicho acto. Hay países en cuyas

legislaciones se contempla la posibilidad de que las personas manifiesten su voluntad de ser donantes o al contrario, su oposición.

De acuerdo con los datos aportados por la Organización Mundial de la Salud (OMS), a través de la donación de órganos, un donador tiene la posibilidad de salvar hasta **8 vidas** si se consideran órganos vitales como riñones, corazón, pulmones, páncreas, hígado y de ayudar a aumentar la calidad de vida hasta **74 personas** con esta práctica, si nos referimos a ligamentos, córneas, piel y otras partes del cuerpo.

De ahí que resulta sumamente importante educar a los ciudadanos de las implicaciones de hacerse donador y de comunicar a sus familiares su decisión.

Según la OMS, con la donación de órganos se convierte la desgracia de la muerte en la esperanza de vida para otros; incluso se considera que en los casos en los que fallece un ser querido, puede resultar beneficioso para los familiares saber que su muerte tuvo algún sentido y contribuyó a salvar la vida de otros con la donación de sus órganos. Son casos en los que se apela a la buena voluntad y a la generosidad en medio del dolor por la pérdida.

Para incrementar la donación de órganos y tejidos, entes gubernamentales de cada país y distintas instituciones a nivel mundial, unen esfuerzos para la sensibilización de las personas sobre la importancia de este acto generoso y altruista.

Por otra parte, es importante tener en cuenta que no siempre la donación implica el fallecimiento del donador, pues hay casos de donantes con vida¹. La popularidad de la donación de órganos de donantes vivos ha aumentado drásticamente en los últimos años como alternativa a la donación de órganos de pacientes fallecidos, debido a la creciente necesidad de órganos para trasplante y a la escasez de órganos disponibles de donantes fallecidos. **Cada año se informan más de 6,000 donaciones de órganos de donantes vivos en los Estados Unidos.**

La donación de un riñón en vida es el tipo más común de trasplante de donante vivo. Las personas pueden donar uno de sus dos riñones, y el riñón restante es capaz de realizar las funciones necesarias. Los donantes vivos también pueden donar una parte del hígado, y la parte restante se regenerará, volverá a crecer prácticamente hasta alcanzar su tamaño original y desempeñará su función normal.

Los trasplantes de riñón y de hígado son los tipos más comunes de procedimientos de órganos de donantes vivos, pero las personas vivas también pueden donar tejidos para

¹ <https://blog.elartedesabervivir.com/donacion-organos-salud/#:~:text=De%20acuerdo%20a%20los%20datos%20aportados%20por%20la,ligamentos%2C%20c%C3%B3rneas%2C%20piel%20y%20otras%20partes%20del%20cuerpo.>

trasplante, como piel, médula ósea y células hematopoyéticas (células madre) que han sido dañadas o destruidas por enfermedades, medicamentos o radiación.²

por lo general entre familiares cercanos, amigos o personas involucradas afectivamente con el receptor. Incluso, hay donantes voluntarios y anónimos que eligen hacerlo sin conocer al receptor. En todos los casos, se requiere una evaluación física y psicológica para asegurar que la donación no compromete el bienestar integral del donante y que, bajo ningún criterio, intercede una presión de familiares.³

3.2. Otros beneficios de la donación de órganos

Además de que la donación de órganos es un componente muy importante para salvar vidas, se han establecido otros beneficios cómo:⁴

- **Disminuye la pena familiar.** Las familias tienden a soportar el proceso de duelo más fácilmente cuando un ser querido es un donante de órganos. La idea de que la muerte de su miembro de la familia va a resultar en algo positivo para otra persona proporciona comodidad durante un tiempo difícil.
- **Sentirte bien contigo mismo.** El acto de dar vida a los que no podría haber vivido de otra manera sin ti es algo que va a hacer que se sienta bien consigo mismo. Saber que has hecho algo bueno para tu prójimo puede enriquecer tu vida. Basta con inscribirte en el programa, significa que usted ha hecho su parte.

3.3. Panorama de la donación de órganos en el mundo:

Según saludiario internacional los países con las mejores tasas de donación de órganos en el mundo son España, seguido de Estados Unidos, Portugal, Francia, Reino Unido, Alemania, Rusia y Turquía; tal y como se muestra en la siguiente gráfica:

GRÁFICA 1: PAÍSES CON LAS MEJORES TASAS DE DONACIÓN DE ÓRGANOS

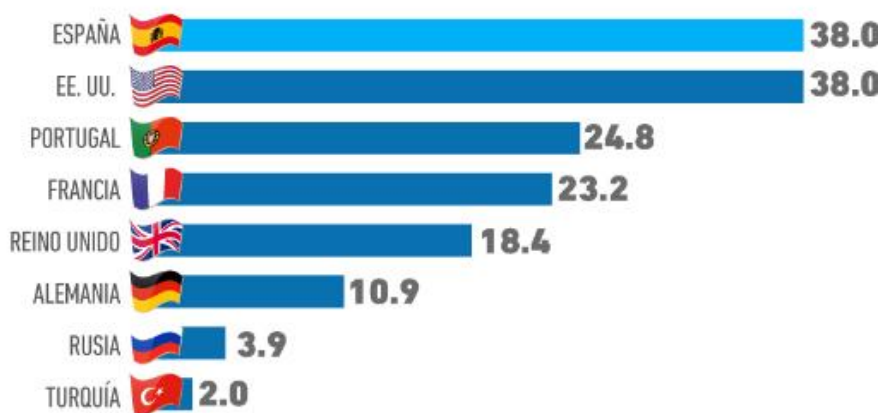
² <https://www.bmicos.com/blog/donar-organos-es-donar-vida-dia-mundial-de-la-donacion-de-organos/>

³ <https://blog.elartedesabervivir.com/donacion-organos-salud/#:~:text=De%20acuerdo%20a%20los%20datos%20aportados%20por%20la,ligamentos%2C%20c%C3%B3rneas%2C%20piel%20y%20otras%20partes%20del%20cuerpo.>

⁴ <https://www.bmicos.com/blog/donar-organos-es-donar-vida-dia-mundial-de-la-donacion-de-organos/>

PAÍSES CON LAS MEJORES Y PEORES TASAS DE DONACIÓN DE ÓRGANOS

La donación de órganos es una práctica fundamental que salva vidas aunque en algunos países existe una mayor conciencia entre la población que en otros (cifras por cada millón de habitantes)



www.saludiarario.com

Fuente: European Directorate for the Quality of Medicines & Healthcare



Fuente: <https://www.saludiarario.com/paises-mejores-y-peores-tasas-donacion-organos/>

Los datos de la **Dirección Europea para la Calidad del Medicamento y la Atención Sanitaria** (EDQM) muestran que España y Estados Unidos lideran conjuntamente las tasas más altas de donantes de órganos en 2020. En cada país se registran 38 donantes fallecidos por millón de habitantes.

Al respecto, en España esta alta tasa se debe principalmente a su sistema de exclusión voluntaria. Sin embargo, Estados Unidos es quizás más sorprendente porque tiene un sistema de suscripción voluntaria. En su caso, la barrera para el registro es relativamente baja porque en la mayoría de los estados, puede registrarse para ser donante al solicitar o renovar una licencia de conducir. Esto lleva a la sombría realidad de que la mayor fuente de donaciones de órganos son las personas que han tenido accidentes automovilísticos fatales. Según United Network for Organ Sharing, estos representan el 33 por ciento de las donaciones.

Mientras que en el extremo opuesto aparecen Turquía y Rusia como los países con las tasas de donación de órganos más bajas del mundo. A pesar de que Rusia tiene un sistema de exclusión voluntaria que presupone el consentimiento, el número de trasplantes de órganos es relativamente bajo.

Según el **Russian Journal of Transplantology and Artificial Organs**, esto se atribuye a “causas humanas” y “mala organización”. Mientras tanto, Turquía tiene un nivel más alto de trasplantes de órganos de donantes vivos pero se encuentra en el extremo inferior de la

brecha de trasplantes de órganos de personas fallecidas, con solo dos personas por millón de habitantes.⁵

En ese sentido, las necesidades de cada país son las mismas pero la diferencia radica en la disposición de la población para apoyar a los demás. Al final, donde se ven los cambios más notorios es en los **tiempos de espera para recibir algún órgano o tejido**.

Con respecto a este panorama, hay distintas estrategias que los gobiernos han adoptado y les ha funcionado. En algunos, desde hace décadas se han promovido campañas para incentivar a sus habitantes para que apoyen la donación de órganos.

Mientras que en algunos incluso existen leyes que establecen que todas las personas son donadoras tácitas a menos de que expresen lo contrario antes de fallecer. El problema es que los opositores señalan que se trata de una imposición que atenta contra sus derechos humanos.

Por su parte, apenas hace unos días los suizos votaron a favor de una **nueva ley que promueve un sistema de trasplante de “exclusión voluntaria”**. Dicho de otro modo, cuando alguien muere, lo predeterminado será donar sus órganos cuando sea posible, a menos que la persona haya dicho específicamente lo contrario.

Los familiares también pueden rechazar el proceso si dicen que la persona fallecida no lo hubiera querido. El caso plantea la cuestión una vez más de si los países deberían aplicar un sistema de aceptación o exclusión, y llama la atención sobre la continua escasez de órganos de los últimos años.⁶

En el 2018, en el mundo hubo **17.554** donantes que permitieron realizar **36.529** trasplantes, mientras que la lista de espera fue de **113.759** personas, lo que demuestra que un bajo porcentaje logra acceder a la donación de órganos.

Los esfuerzos realizados por los distintos gobiernos han rendido frutos y se ha mostrado un ligero incremento en la donación de órganos en algunos países como Estados Unidos, Portugal y Croacia, que se aproximan a la tasa mayor que es ocupada por España, la que posee un total de 36 posibles donantes por cada millón de habitantes.

La cooperación internacional es primordial para que los países con mayor evolución en la materia de trasplantes transfieran sus conocimientos y experiencia en esta práctica a las naciones que necesitan potenciar su crecimiento.

⁵ <https://www.saludiario.com/paises-mejores-y-peores-tasas-donacion-organos/>

⁶ Ibidem

La necesidad de trasplantes de órganos puede considerarse a nivel mundial un problema de salud pública, mientras que la posibilidad de convertirse en donador es, en definitiva, un asunto de conciencia ética y tremendamente humano⁷.

3.4. Donación de órganos en Colombia

De acuerdo con el Ministerio de salud, con la donación de órganos se pueden beneficiar hasta 55 personas, por lo que decidir hacerlo en vida o después de muerto mejorará la calidad de vida de quienes lo necesiten.

En Colombia esto se hace de manera desinteresada, no se recibe remuneración alguna y quien va a recibir el órgano tampoco debe pagar por ello, ya que esta actividad está regulada por la ley 919 de 2004 que prohíbe y penaliza la comercialización de órganos y tejidos, considerándola un delito; y el Decreto 2493, en el cual se dictan disposiciones para la obtención, preservación, transporte, destino, procedimientos y donación.

Los trasplantes de hígado, riñón, cornea, corazón, entre otros, son financiados por la EPS contributiva o subsidiada a la cual pertenezca el paciente, puesto que el procedimiento está incluido en el Plan Obligatorio de Salud (POS).

n vida o después de haber fallecido, lo podrá hacer ante el Instituto Nacional de Salud de manera confidencial; no obstante, lo más importante es dejar conversado su deseo de donar con sus seres queridos.

Además, quien requiera de un trasplante puede acceder a la lista de espera sin importar la raza, religión, condición económica, edad u otra característica.

En Colombia, según datos arrojados por el Ministerio de Salud, a finales de 2021 había 2.946 receptores en la lista, de los cuales 157 eran para hígado y 2.684 para riñón, siendo este el órgano más solicitado por la población.

Ante la alta demanda de pacientes esperando por un trasplante se creó la ley 1805 de 2016, la cual contempla que todos los colombianos son potenciales donantes al momento de morir, a menos que en vida haya expresado su negativa por medio de un documento escrito, autenticado ante una notaría y radicado en el Instituto Nacional de Salud.

3.5. Donación de órganos en Bogotá

Las listas de personas en espera de donación en Bogotá son las más grandes del país. Este comportamiento no es muy diferente a la situación mundial, pues con el aumento de la expectativa de vida también aumenta la prevalencia de las enfermedades crónicas y por tanto el ingreso de pacientes a las mismas. En Bogotá, a corte del tercer trimestre de 2022, se encuentran un total 2.107 personas en Listas de Espera de Donación de Órganos y Tejidos oculares, reflejando un aumento del 5.7 % con relación a la lista que se tenía en diciembre 2021, momento en el cual se encontraban 1.993 personas. De estas 2.107 personas 1.950 (92.5%) esperan para donación un órgano y 157 (7.5 %) un tejido ocular. El órgano con mayor demanda es el riñón con 1.798 personas en espera (92.2 %) ; 95 (4,8 %) personas esperan un hígado, 35 (1,8 %) personas esperan donación de pulmón, 15 (0,8 %) personas esperan un corazón y 7 (0,4 %) personas esperan una donación combinada

⁷ Ibidem

de Riñón-Hígado. En cuanto al grupo de edad, el 4.1 % de las personas en lista de espera se encuentran entre 0 y 19 años, el 90.6 %, tienen entre 20 a 69 años, y el 5.3 corresponden a personas mayores de 70 años; siendo mayor número en edades entre 50 a 59 años; se encuentran en lista 1.145 hombres (54.3 %) y 962 mujeres (45,7%).

La tasa de trasplantes en Bogotá disminuyó en un 44 % en el año 2020 con respecto al año inmediatamente anterior, ya que la pandemia afectó los procesos de la red, en 2021 se observa una recuperación de la tasa llegando a 44,8 trasplantes por millón de habitantes. A tercer trimestre de 2022 se realizaron un total de 380 trasplantes de órganos en Bogotá. En relación con el año anterior en el mismo periodo de tiempo, el porcentaje de trasplantes incrementó en un 63 %, dado que la emergencia manifiesta que se presentó durante los años 2020 y 2021 tuvo una disminución considerable debido a las contraindicaciones a los potenciales donantes por casos sospechosos o confirmados de COVID.

La tasa de donación de órganos ha presentado un comportamiento variable entre el 2014 y el año 2021. En 2017 se alcanzó una tasa de 20 donantes por cada millón de habitantes, en 2020 bajó a 9,0 disminución directamente relacionada con los efectos de la Pandemia del coronavirus SARS-CoV-2/COVID-19. De acuerdo con la gestión de la red de donación y trasplantes, a tercer trimestre del año en Bogotá, el total de componentes anatómicos rescatados es de 421, de estos el 72,7 % (306) fueron de donantes cadavéricos y el 27,3% (115) fueron de donantes vivos.⁸

3.6. Ejemplos de actividades culturales para sensibilizar la donación de órganos en España:

- a) JORNADA “HAZTE DONANTE” EN LA FINAL DE LA COPA CATALUNYA: La ATHC participó en la Jornada “Fes-te donant”, realizada por la OCATT (Organització Catalana de Trasplantaments i Teixits, que se celebró el 31 de marzo en el Camp de la Nova Creu Alta de Sabadell, en la Final de la Copa Catalunya de fútbol. De esta manera SE mostró el compromiso con la sensibilización ciudadana repartiendo más de **4000 trípticos** del “Fes que el mecanisme de la vida no s’aturi mai” (*“Haz que el mecanismo de la vida no se detenga nunca”*), dando información en las puertas del campo.
- b) **CAMPAÑA #alargalavida (1 al 31 de mayo):** La ATHC ha participado en la campaña iniciada por la e impulsada por la OCATT y por los alumnos de 4º de ESO de la Escuela Súnion, para concienciar de la necesidad de hacerse donante de órganos y tejidos para alargar y salvar vidas. La campaña #allargalavida” se ha extendido por las redes sociales, y contó con diversas acciones al aire libre, conferencias divulgativas, un spot promocional, carteles y microcápsulas testimoniales y con un acto de despedida. En las microcápsulas testimoniales, la ATHC participó con 5 testimonios

⁸ <https://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/enfermedades-cronicas/donacion-de-organos/#:~:text=En%20Bogot%C3%A1%2C%20a%20corte%20del%20tercer%20trimestre%20de,momento%20en%20el%20cual%20se%20encontraban%201.993%20personas.>

y finalmente el testimonio de Josep Maria Martínez, presidente de nuestra entidad, fue una de las microcápsulas promocionales escogidas. El acto de despedida fue un concierto solidario el 24 de mayo con la **asistencia de 1200 personas**, y donde participaron grupos musicales de género y generaciones diferentes como símbolo de la unión de los dos protagonistas principales, **el donante y el receptor**.

- c) PRESENTACIÓN SOLIDARIA PARA LA DONACIÓN DE ÓRGANOS Y TEJIDOS DE TODOS LOS EQUIPOS DEL PUEBLO NUEVO 2002 C.F: Por primera vez en España, una Asociación de Trasplantados esponsoriza a 17 equipos de un mismo club de fútbol, para promover la donación de órganos y tejidos. Se celebró una jornada solidaria y festiva con la presentación de todos los equipos luciendo las camisetas con el lema de la ATHC, DONAR VIDA. Hubo actividades como grupos de danza, paella popular, sorteo de regalos, y mesas informativas sobre la donación de órganos y tejidos para los asistentes. Contamos con el apoyo del Ayuntamiento de Terrassa, de la AAVV de Poble Nou, del Pueblo Nuevo 2002 CF y de colaboradores de empresas y de particulares, que hicieron posible el éxito de la jornada.
- d) CREACIÓN DEL LEMA DE L'ATHC. CAMISETAS PARA PROMOCIONAR LA DONACIÓN DE ÓRGANOS Y TEJIDOS: Con motivo de las diferentes actividades que debían realizarse durante el año, se decidió crear un nuevo lema que identificara a nuestra Asociación y a la vez ayudara a nuestro objetivo de promover la donación de órganos y tejidos (DONAR VIDA). Se hicieron camisetas para hacer más difusión entre la ciudadanía.

3.7. El Derecho a la Salud

Para la Organización Mundial de la Salud, garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades es importante para la construcción de sociedades prósperas. Esta Organización, ha establecido que el acceso a la salud y el bienestar es un derecho humano, y esta es la razón por la que la Agenda para el Desarrollo Sostenible ofrece una nueva oportunidad de garantizar que todas las personas, no solo las de mayor poder adquisitivo, puedan acceder a los más altos niveles de salud y asistencia sanitaria. Es así como, en los objetivos de desarrollo sostenible para mejorar el mundo por parte de la OMS, se ha establecido que garantizar una vida sana para todos exige un compromiso firme, ya que las personas sanas son la base de las economías saludables.

Adicionalmente, esta organización ha manifestado que *“el derecho a la salud incluye el acceso oportuno, aceptable y asequible a servicios de atención de salud de calidad*

suficiente.” Es así como se ha establecido que la discriminación manifiesta o implícita en la prestación de servicios de salud viola derechos humanos fundamentales.⁹

Un enfoque de la salud basado en los derechos humanos ofrece estrategias y soluciones que permiten afrontar y corregir las desigualdades, las prácticas discriminatorias y las relaciones de poder injustas que suelen ser aspectos centrales de la inequidad en los resultados sanitarios.¹⁰

Por su parte la Corte Constitucional Colombiana ha establecido:

*“el servicio público de salud, consagrado en la Constitución Política como derecho económico, social y cultural, ha sido desarrollado jurisprudencial y legislativamente, delimitando y depurando tanto el contenido del derecho, como su ámbito de protección ante la justicia constitucional. En estos términos, esta Corte al estudiar los complejos problemas que plantean los requerimientos de atención en salud, se ha referido a dos dimensiones de amparo, una como derecho y otra como servicio público a cargo del Estado. En cuanto a la salud como derecho fundamental, este debe ser prestado de manera oportuna, eficiente y con calidad, con fundamento en los principios de continuidad e integralidad; mientras que, respecto a la salud como servicio, se ha advertido que su prestación debe atender a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad.”*¹¹

Adicionalmente, la sentencia T-001/18 establece el carácter fundamental de la salud como derecho autónomo, definiéndolo como la *facultad que tiene todo ser humano de mantener la normalidad orgánica funcional, tanto física como en el plano de la operatividad mental, y de restablecerse cuando se presente una perturbación en la estabilidad orgánica y funcional de su ser, y garantizándolo bajo condiciones de “oportunidad, continuidad, eficiencia y calidad, de acuerdo con el principio de integralidad”*. Además, ha dicho que el derecho a la salud obedece a la necesidad de abarcar las esferas mentales y corporales de la persona y a la de garantizar al individuo una vida en condiciones dignas, teniendo en cuenta que la salud es un derecho indispensable para el ejercicio de las demás garantías fundamentales. (subrayado fuera de texto).

4. SUSTENTO JURÍDICO

4.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA

⁹ Salud y Derechos Humanos, Violaciones de los derechos humanos en el ámbito de la salud, OMS 2017. Consultado en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/human-rights-and-health#:~:text=La%20Constituci%C3%B3n%20de%20la%20OMS,de%20salud%20de%20calidad%20suficiente.>

¹⁰ Ibidem

¹¹ Sentencia T-012 de 2020. Corte Constitucional, M.P. Diana Fajardo Rivera

Artículo 1. Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de república unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.

Artículo 49. La atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud. Corresponde al Estado organizar, dirigir y reglamentar la prestación de servicios de salud a los habitantes y de saneamiento ambiental conforme a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad. También, establecer las políticas para la prestación de servicios de salud por entidades privadas, y ejercer su vigilancia y control. Así mismo, establecer las competencias de la Nación, las entidades territoriales y los particulares, y determinar los aportes a su cargo en los términos y condiciones señalados en la ley. Los servicios de salud se organizarán en forma descentralizada, por niveles de atención y con participación de la comunidad. La ley señalará los términos en los cuales la atención básica para todos los habitantes será gratuita y obligatoria. Toda persona tiene el deber de procurar el cuidado integral de su salud y la de su comunidad.

Artículo 79: hace referencia al derecho de todas las personas a gozar de un ambiente sano, para lo cual la ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarla.

Artículo 366: el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida, de la población son finalidades sociales del Estado, será objetivo fundamental de su actividad la solución de las necesidades insatisfechas de salud, de educación, de saneamiento ambiental y de agua potable.

Acto Legislativo 02 de 2009, consagra el derecho a la salud y establece que “la atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud

4.2. OTRAS NORMAS

4.2.1. Ley 100 de 1993, “Por la cual se crea el Sistema de Seguridad Social Integral y se dictan otras disposiciones”

4.2.2. Resolución 5261 de 1994: Manual de Actividades, Intervenciones y Procedimientos del Plan Obligatorio de Salud en el SGSSS

4.2.3. Ley 919 de 2004: por medio de la cual se prohíbe la comercialización de componentes anatómicos humanos para trasplante y se tipifica como delito su tráfico.

4.2.4. Ley 1122 de 2007 introdujo al Sistema General de Seguridad Social en Salud, que además se ocupó del equilibrio entre los actores del sistema, la financiación, la inspección, vigilancia y control y la organización de redes para la prestación de servicios de salud.

4.2.5. Ley 1438 de 2011: Por medio de la cual se reforma el Sistema General de Seguridad Social en Salud y se dictan otras disposiciones, tiene como objeto, el fortalecimiento del Sistema General de Seguridad Social en Salud, a través de un modelo de prestación del servicio público en salud que brinde servicios de mayor calidad, incluyente y equitativo.

4.2.6. Ley 1751 de 2015 o Ley Estatutaria de la Salud, tiene por objetivo “garantizar el derecho a la salud, regularlo y establecer sus mecanismos de protección”. Fue promulgada como un nuevo contrato social entre el Estado y la sociedad, con el fin de compaginar tanto la naturaleza como el contenido del derecho fundamental a la salud y constituye una oportunidad para reorientar las prioridades del Sistema, así como su operación hacia el beneficio del ciudadano.

4.2.7. Resolución 429 de 2016, del Ministerio de Salud y Protección Social definió la Política de Atención Integral en Salud (PAIS), cuyo objetivo general es orientar el sistema hacia la generación de las mejores condiciones de salud de

la población mediante la regulación de las condiciones de intervención de los agentes hacia el “acceso a los servicios de salud de manera oportuna, eficaz y con calidad para la preservación, el mejoramiento y la promoción de la salud”

4.2.8. Ley 1805 de 2016: Por medio de la cual se modifican la Ley 73 de 1988 y la Ley 919 de 2004 en materia de donación de componentes anatómicos y se dictan otras disposiciones.

4.2.9. Acuerdo 140 de 2005: Por medio del cual se promueven cambios culturales para la donación de órganos y tejidos con fines de trasplante, en el Distrito Capital

4.2.10 Acuerdo 369 de 2009: "por el cual se crea la orden "responsabilidad social dona Bogotá" en materia de donación de órganos y tejidos"

4.2.11. Acuerdo 363 de 2009: "Por el cual se establece la coordinación entre la Secretaría de Salud y las ESE'S del Distrito Capital en cuanto a la donación y trasplante de órganos y tejido

4.2.13. Acuerdo 419 de 2009: "Por el cual se establece la obligatoriedad de reportar las muertes en el momento de su ocurrencia con fines de trasplante de órganos y tejidos

5. COMPETENCIA DEL CONCEJO.

5.1. Constitución Política:

Artículo 287. Las entidades territoriales gozan de autonomía para la gestión de sus intereses, y dentro de los límites de la Constitución y la ley. En tal virtud tendrán los siguientes derechos:

2. Ejercer las competencias que les correspondan.

Artículo 313. Corresponde a los Concejos:

1. Reglamentar las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del municipio.

5.2. Decreto ley 1421 de 1993:

Artículo 12. Atribuciones. Corresponde al Concejo Distrital, de conformidad con la Constitución y la ley:

1. Dictar las normas necesarias para garantizar el adecuado cumplimiento de las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del Distrito (...)

6. IMPACTO FISCAL.

El presente proyecto de acuerdo no tiene impacto fiscal, toda vez que su implementación no demanda recursos en los cuales deba recurrir el Distrito Capital, atendiendo lo preceptuado en el artículo 7 de la ley 819 de 2003.

EDWARD A. ARIAS RUBIO

Concejal de Bogotá

Anexos: N/A

Copia: N/A

Elaboró: Dayana García Rozo., Asesora

Revisó: Edward Aníbal Arias Rubio

Aprobó: Edward Aníbal Arias Rubio

PROYECTO DE ACUERDO NO 004 DE 2025**PRIMER DEBATE****“POR MEDIO DEL CUAL SE PROMUEVE LA CULTURA DE DONACIÓN DE ÓRGANOS EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO CAPITAL Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES**

El Concejo de Bogotá en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial, las conferidas el numeral 1° del artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993.

A C U E R D A

ARTÍCULO 1° - OBJETO. El presente Acuerdo tiene por objeto fomentar la cultura de donación de órganos y tejidos, con fines de trasplante en las Instituciones Educativas del Distrito Capital.

ARTÍCULO 2°- ESTRATEGIA. La Administración Distrital en cabeza de la Secretaria Distrital de Cultura Recreación y Deporte en coordinación con la Secretaría Distrital de Salud y con la Secretaría Distrital de Educación, realizará actividades culturales y deportivas que tengan como finalidad fomentar la cultura de donación de órganos y tejidos en la comunidad estudiantil de las diferentes instituciones educativas del Distrito Capital

ARTÍCULO 3°. VIGENCIA. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación.

PROYECTO DE ACUERDO NO 005 DE 2025

PRIMER DEBATE

“POR MEDIO DEL CUAL SE DEFINEN NORMAS SOBRE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL DISTRITO CAPITAL Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”

1. Objeto del Proyecto

Este proyecto tiene como objeto la creación de un nuevo marco regulatorio que dé respuesta a las necesidades paisajísticas de la ciudad permitiendo que el paisaje urbano sea una herramienta de interacción entre las nuevas dinámicas sociales y económicas desarrollándose como una propuesta integradora y armonizadora del paisaje urbano de la ciudad.

Lo anterior, en el entendido de reconocer, regular las prácticas publicitarias innovadoras, que a su vez integren nuevas tecnologías, con el objetivo de establecer una nueva normatividad que permita regular la instalación, localización, condiciones técnicas y control de la publicidad exterior visual en el Distrito Capital, garantizando la descontaminación visual y la protección al espacio público.

De esta manera, esta propuesta centraliza la obligación del Distrito Capital de obtener un paisaje urbano, de acuerdo con elementos de publicidad exterior visual acordes con el evolucionar tecnológico y dinámico de la ciudad, permitiendo consolidar, a través de este proyecto de acuerdo los lineamientos técnicos y jurídicos de la publicidad exterior visual en el Distrito Capital.

2. Antecedentes

A nivel normativo se encuentran distintos antecedentes referenciados a continuación:

Que el artículo 79 de la Constitución Nacional, consagra el derecho a gozar de un ambiente sano, estableciendo que es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.

Que el artículo 80 de la Constitución Política, prevé que corresponde al Estado planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Además, indica que el Estado deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados.

Que el Decreto-Ley 2811 de 1974, “Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente”, prevé que el paisaje es un recurso natural que requiere ser regulado para su protección.

Que la Ley 99 de 1993 “Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA y se dictan otras disposiciones.”, consagró entre los principios generales ambientales, la protección del paisaje, por ser patrimonio común y atribuyó a las autoridades ambientales las funciones de otorgar permisos y autorizaciones para el desarrollo de actividades, que puedan afectar el medio ambiente, e imponer y ejecutar a prevención las medidas de Policía y las sanciones previstas en caso de violación a las normas de protección ambiental y exigir la reparación de los perjuicios causados.

Que el artículo 01 de la Ley 99 de 1993 consagró entre los principios generales ambientales, la protección del paisaje, por ser patrimonio común.

Que el artículo 31 ibidem, atribuyó a las autoridades ambientales las funciones de otorgar permisos y autorizaciones para el desarrollo de actividades, que puedan afectar el medio ambiente, e imponer y ejecutar a prevención las medidas de Policía y las sanciones previstas en caso de violación a las normas de protección ambiental y exigir la reparación de los perjuicios causados

Que el artículo 65 de la Ley 99 de 1993 establece que corresponde, en materia ambiental a los municipios y distritos, dictar con sujeción a las disposiciones legales reglamentarias superiores, las normas necesarias para el control, la preservación y la defensa del patrimonio ecológico.

Que de conformidad con el artículo 66 de la Ley 99 de 1993, los municipios y distritos con población igual o superior a un millón (1.000.000) de habitantes ejercerán dentro del perímetro urbano las mismas funciones atribuidas a las Corporaciones Autónomas Regionales, en lo aplicable al medio ambiente urbano.

Ponencia	Tema	Autores
P.A 848 DE 2024	“Por medio del cual se definen normas sobre publicidad exterior visual en el distrito capital y se dictan otras disposiciones”	Edward Arias Rubio
P.A 192 DE 2024	“Proyecto de acuerdo para la creación y lineamientos de distritos de luz, aprovechamiento especial de publicidad exterior visual con nuevas tecnologías e innovación en el distrito y se dictan otras disposiciones”	H.C Juan Javier Baena Merlano.
P.A 0 29 DE 2017	“Por medio del cual se modifica y adiciona parcialmente el acuerdo 01 de 1998 y se dictan otras disposiciones”	H.C Lucia Bastidas Ubaté H.C María Clara Name Ramírez H.C Hosman Martínez Moreno H.C Antonio Sanguino H.C Edward Aníbal Arias Rubio H.C Jorge Eduardo Torres Camargo
P.A 610 de 2015 (Anteriormente acumulados P.A 268,278 y 282 de 2013, por unidad de materia)	“Por el cual se dictan disposiciones generales y ambientales sobre la publicidad exterior visual en el Distrito Capital”	H.C Roberto Hinestroza Rey H.C Javier Palacio Mejía H.C Darío Fernando Cepeda Peña H.C César Alfonso García Vargas H.C José Arthur Bernal Amorocho

		H.C Julio César Acosta Acosta
		H.C Fernando López Gutiérrez
		H.C Jorge Lozada Valderrama
		H.C Severo Correa Valencia
		H.C Felipe Mancera Estupiñán
		H.C Nelly Patricia Mosquera
		H.C Martha Ordoñez Vera
		H.C Clara Lucía Sandoval
		H.C Orlando Parada Díaz
		H.C Marco Fidel Ramírez Antonio

3. Sustento Jurídico

3.1. Constitución Política de Colombia

La Constitución Política de Colombia de 1991 siendo la Ley fundamental que rige al Estado colombiano que consagra los derechos y garantías fundamentales de los ciudadanos, así como las responsabilidades de los diferentes poderes del Estado, reconoce también la importancia del medio ambiente y los recursos naturales, estableciendo los principios y obligaciones para su protección y conservación.

Artículo 20: Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.

Artículo 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.

Artículo 80. El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas.

Artículo 82: Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular.

3.2. Leyes

Ley 9 de 1989: Artículo 5: Entiéndase por espacio público el conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza, por su uso o afectación, a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden, por tanto, los límites de los intereses, individuales de los habitantes.

Así, constituyen el espacio público de la ciudad las áreas requeridas para la circulación, tanto peatonal como vehicular, las áreas para la recreación pública, activa o pasiva, para la seguridad y tranquilidad ciudadana, las franjas de retiro de las edificaciones sobre las vías, fuentes de agua, parques, plazas, zonas verdes y similares, las necesarias para la instalación y mantenimiento de los servicios públicos básicos, para la instalación y uso de los elementos constitutivos del amoblamiento urbano en todas sus expresiones, para la preservación de las obras de interés público y de los elementos históricos, culturales, religiosos, recreativos y artísticos, para la conservación y preservación del paisaje y los elementos naturales del entorno de la ciudad, los necesarios para la preservación y conservación de las playas marinas y fluviales, los terrenos de bajamar, así como de sus elementos vegetativos, arenas y corales y, en general, por todas las zonas existentes o debidamente proyectadas en las que el interés colectivo sea manifiesto y conveniente y que constituyan, por consiguiente, zonas para el uso o el disfrute colectivo.

Ley 140 de 1994: Esta ley reglamentó para todo el territorio nacional la publicidad exterior visual, la cual definió:

Artículo 1: Se entiende por Publicidad Exterior Visual, 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 peatones 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.

Artículo 2: La presente Ley tiene por objeto mejorar la calidad de vida de los habitantes del país, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en relación con la Publicidad Exterior Visual.

La Ley deberá interpretarse y aplicarse teniendo en cuenta los anteriores objetivos.

Ley 1801 de 2016, Código Nacional de Policía y Convivencia: Artículo 139: Definición del espacio público. Es el conjunto de muebles e inmuebles públicos, bienes de uso público, bienes fiscales, áreas protegidas y de especial importancia ecológica y los elementos arquitectónicos y naturales de los

inmuebles privados, destinados por su naturaleza, usos o afectación, a la satisfacción de necesidades colectivas que trascienden los límites de los intereses individuales de todas las personas en el territorio nacional.

Constituyen espacio público: el subsuelo, el espectro electromagnético, las áreas requeridas para la circulación peatonal, en bicicleta y vehicular; la recreación pública, activa o pasiva; las franjas de retiro de las edificaciones sobre las vías y aislamientos de las edificaciones, fuentes de agua, humedales, rondas de los cuerpos de agua, parques, plazas, zonas verdes y similares; las instalaciones o redes de conducción de los servicios públicos básicos; las instalaciones y los elementos constitutivos del amoblamiento urbano en todas sus expresiones; las obras de interés público y los elementos históricos, culturales, religiosos, recreativos, paisajísticos y artísticos; los terrenos necesarios para la preservación y conservación de las playas marinas y fluviales; los terrenos necesarios de bajamar, así como sus elementos vegetativos, arenas, corales y bosques nativos, legalmente protegidos; la zona de seguridad y protección de la vía férrea; las estructuras de transporte masivo y, en general, todas las zonas existentes y debidamente afectadas por el interés colectivo manifiesto y conveniente y que constituyen, por consiguiente, zonas para el uso o el disfrute colectivo.

Parágrafo 1. Para efectos de este Código se entiende por bienes fiscales, además de los enunciados por el artículo 674 del Código Civil, los de propiedad de entidades de derecho público, cuyo uso generalmente no pertenece a todos los habitantes y sirven como medios necesarios para la prestación de las funciones y los servicios públicos, tales como los edificios, granjas experimentales, lotes de terreno destinados a obras de infraestructura dirigidas a la instalación o dotación de servicios públicos y los baldíos destinados a la explotación económica.

Parágrafo 2. Para efectos de este Código se entiende por bienes de uso público los que permanentemente están al uso, goce, disfrute de todos los habitantes de un territorio, como por ejemplo los parques, caminos o vías públicas y las aguas que corren.

3.3. Decretos:

Decreto Nacional 1504 de 1998, compilado por los artículos 2.2.3.1.1, 2.2.3.1.2 y 2.2.3.1.3 del Decreto Nacional 1077 de 2015:

Artículo 1: Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular. En el cumplimiento de la función pública del urbanismo. Los municipios y distritos deberán dar prelación a la planeación, construcción, mantenimiento y protección del espacio público sobre los demás usos del suelo.

Artículo 2: El espacio público es el conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados destinados por naturaleza, usos o afectación a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden los límites de los intereses individuales de los habitantes.

Artículo 3: El espacio público comprende, entre otros, los siguientes aspectos:

- A. Los bienes de uso público, es decir aquellos inmuebles de dominio público cuyo uso pertenece a todos los habitantes del territorio nacional, destinados al uso o disfrute colectivo;

- B. Los elementos arquitectónicos, espaciales y naturales de los inmuebles de propiedad privada que por su naturaleza, uso o afectación satisfacen necesidades de uso público;
- C. Las áreas requeridas para la conformación del sistema de espacio público en los términos establecidos en este Decreto.

Decreto 555 del 2021: (...)

3. Mobiliario urbano: Conjunto de elementos constitutivos, fundamentales, imprescindibles y complementarios del espacio público localizados en la franja de paisajismo y para la resiliencia urbana de las calles. Se considera parte del mobiliario urbano los postes de alumbrado público sobre los cuales se pueden instalar elementos de telecomunicaciones”.

Respecto a la posibilidad de instalar publicidad exterior visual en el mobiliario urbano, el artículo 3 de la Ley 140 estipula: Podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en todos los lugares del territorio nacional, salvo en los siguientes:

En las áreas que constituyen espacio público de conformidad con las normas municipales, distritales y de las entidades territoriales indígenas que se expidan con fundamento en la Ley 9 de 1989 o de las normas que la modifiquen o sustituyan. Sin embargo, podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en los recintos destinados a la presentación de espectáculos públicos, en los paraderos de los vehículos de transporte público y demás elementos de amoblamiento urbano, en las condiciones que determinen las autoridades que ejerzan el control y la vigilancia de estas actividades”. (Ley 1801 de 2016) (negrilla fuera de texto).

3.4. Jurisprudencia:

Sentencia C-495 del 26 de septiembre de 1996, Magistrado ponente Doctor Fabio Morón Díaz:

“Esta Corporación se ha pronunciado en torno a la temática medio ambiental y su consagración constitucional (C-411/92, C-423/94, C-528/94 y C-305/95). Como quiera que, en nuestra Constitución Política, se acogió en forma decidida y prioritaria, un sistema normativo ecologista, tendiente a mitigar la tendencia inercial hacia una catástrofe nacional de proporciones irreversibles. La protección del ambiente, es un asunto que le compete, en primer lugar, al Estado aunque para ello deba contar con la participación ciudadana, a través del cumplimiento de los deberes constitucionales, en particular, los previstos en el artículo 8º superior, el cual consagra: “proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación”, así como el numeral 8º del artículo 95 constitucional que prescribe entre los deberes de las personas y de los ciudadanos: “velar por la conservación de un ambiente sano”.

(...)

La planificación ambiental debe responder a los dictados de una política nacional, la cual se adoptará con la participación activa de la comunidad y del ciudadano, y la misma debe ser coordinada y articulada entre la Nación y las entidades territoriales correspondientes. La Carta Política le otorga al Estado la responsabilidad de planificar y aprovechar los recursos naturales de forma tal que se logre un desarrollo sostenible, garantizando así la conservación y la preservación del entorno ecológico. Al respecto, cabe recordar que el derecho a gozar de un ambiente sano les asiste a todas las personas, de modo que su preservación, al repercutir dentro de todo el ámbito nacional -e incluso el internacional-, va más allá de cualquier limitación territorial de orden municipal o departamental. Por lo demás, no sobra agregar que las corporaciones autónomas regionales, en virtud de su naturaleza especial, aúnan los criterios de descentralización por servicios, -

concretamente en cuanto hace a la función de planificación y promoción del desarrollo-, y de descentralización territorial, más allá de los límites propios de la división político-administrativa”.

Sentencia C-592 del 2012, Magistrado Ponente Mauricio González Cuervo:

Enmarca la publicidad de la siguiente forma: “La publicidad está vinculada con la actividad productiva y de mercadeo de bienes y servicios, constituyendo al mismo tiempo un incentivo para el desarrollo de los actos comerciales. En este orden, la publicidad es desarrollo del derecho a la propiedad privada, a la libertad de empresa y a la libertad económica, antes que aplicación de la libertad de expresión, razón suficiente para que la publicidad y la propaganda comercial estén sometidas a la regulación de la “Constitución económica”, lo que supone, como se ha dicho, un mayor control.

4. CONTEXTO INTERNACIONAL, NACIONAL Y LOCAL

4.1. CONTEXTO INTERNACIONAL

La regulación de la publicidad exterior visual ha evolucionado considerablemente a nivel internacional, impulsada por factores como el crecimiento urbano, la sostenibilidad y los avances tecnológicos, y a medida que las ciudades crecen y se transforman, la publicidad exterior también ha cambiado, adaptándose a las nuevas tecnologías y formas de comunicación, pasando de un modelo tradicional basado en vallas y carteles estáticos a incorporar publicidad digital, anuncios interactivos y tecnologías emergentes como la realidad aumentada, lo que ha generado un debate global sobre cómo equilibrar la libertad comercial con la preservación del paisaje urbano y la calidad del espacio público.

Teniendo en cuenta este contexto se expondrán las diversas estrategias y reglamentaciones en el marco internacional alrededor de la Publicidad Exterior Visual

En Francia, ciudades como París han implementado regulaciones estrictas para controlar la publicidad exterior visual bajo el marco del Plan Local de Publicidad (PLP), cuyo objetivo principal es regular el uso del espacio público con un enfoque hacia la sostenibilidad y la integración armónica de la publicidad con el entorno urbano, además, dado que París es una ciudad de gran relevancia histórica, se ha prestado especial atención a la protección del patrimonio cultural, limitando la colocación de carteles y vallas publicitarias cerca de monumentos y zonas históricas, y, a pesar de fomentar la digitalización de la publicidad, el PLP impone estrictas normativas sobre el brillo y el tamaño de los anuncios para minimizar su impacto visual, promoviendo, a su vez, la reutilización de espacios públicos como estaciones de metro y paraderos de autobús, e incorporando tecnologías de iluminación LED que no solo mejoran la eficiencia visual, sino que también ayudan a reducir el consumo energético.¹²

A su vez, en el Reino Unido se han adoptado medidas para regular la publicidad exterior visual, especialmente en ciudades como Londres, donde el Code of Practice for Outdoor Advertisements establece un marco normativo que busca equilibrar la promoción comercial con la protección del paisaje urbano, y en áreas de alto tráfico como el West End, donde la proliferación de anuncios digitales y luminosos es notable, las autoridades han implementado reglas específicas para garantizar que los anuncios digitales no generen deslumbramiento ni distracción para los conductores, además, se han fomentado pantallas interactivas que no solo proporcionan información al público, sino que también

¹² Berruyer, Olivier. La regulación de la publicidad exterior en París: sostenibilidad y diseño urbano. París: Editorial Urbanismo, 2021.

permiten una participación activa de los transeúntes, creando una experiencia más personalizada y respetuosa con el entorno urbano.¹³

En comparación con estos casos, en Estados Unidos las regulaciones varían dependiendo de la ciudad, ya que en metrópolis densamente pobladas como Nueva York y Los Ángeles, la presencia de anuncios digitales ha aumentado considerablemente, por ejemplo, en Nueva York, se han implementado regulaciones específicas para controlar la publicidad digital, especialmente en zonas de alto tráfico como Times Square, y, si bien esta área es famosa por sus gigantescas pantallas LED y anuncios interactivos, las autoridades han tomado medidas para reducir el impacto visual en otras partes de la ciudad, prohibiendo la instalación de pantallas de gran tamaño en áreas residenciales o cercanas a parques y monumentos, buscando un equilibrio entre los intereses comerciales y el derecho de los ciudadanos a disfrutar de un espacio público limpio y ordenado, además, los mobiliarios urbanos como kioscos, paraderos de autobús y cabinas telefónicas se han reconvertido en puntos clave para la colocación de publicidad, integrándose mejor con la infraestructura urbana.¹⁴

En Brasil, la ciudad de Río de Janeiro ha impulsado un proceso de reordenamiento de la publicidad exterior visual en los últimos años con el fin de reducir la contaminación visual, esta iniciativa promueve el uso de los espacios públicos para fines recreativos y culturales, limitando la colocación de grandes vallas publicitarias cerca de la costa y de parques naturales para preservar la visibilidad de los paisajes sin interferencias publicitarias, a la par, la digitalización de la publicidad se ha impulsado bajo regulaciones estrictas para evitar que los anuncios sobrecarguen el espacio visual urbano, un ejemplo claro de este enfoque es la revalorización del Centro Histórico de la ciudad, donde se ha restringido la instalación de anuncios en las fachadas de edificios patrimoniales para proteger su carácter arquitectónico y cultural.

En cuanto a las ciudades asiáticas, algunas como Tokio y Seúl han adoptado estrategias flexibles hacia la publicidad exterior visual, por ejemplo, Tokio, famosa por sus enormes pantallas LED en áreas como Shibuya y Shinjuku, ha logrado integrar de manera efectiva la publicidad digital sin que interfiera con la estética urbana, esto ha sido posible gracias a un diseño urbano inteligente que permite que las pantallas y carteles interactúen con el público, convirtiéndose en parte del paisaje urbano, de manera similar, en Seúl se ha aprovechado la tecnología avanzada para gestionar mejor el espacio urbano mediante anuncios digitales controlados por sensores de tráfico, este tipo de innovaciones ayuda a reducir el desorden visual sin limitar la capacidad de los anunciantes para llegar a su público objetivo.¹⁵ A nivel global, es cada vez más evidente la tendencia hacia una regulación más estricta de la publicidad exterior visual, no solo para preservar la calidad del paisaje urbano, sino también para integrar tecnologías innovadoras de manera armónica con el entorno, las ciudades del mundo han adoptado enfoques distintos según su contexto cultural, económico y ambiental, pero el objetivo común sigue siendo el mismo: reducir la contaminación visual y garantizar que la publicidad no interfiera con el disfrute del espacio público por parte de los ciudadanos, teniendo en cuenta esto, la sostenibilidad, la protección del patrimonio cultural y el uso de tecnologías verdes se han convertido en pilares fundamentales de la regulación de la publicidad exterior visual en las principales ciudades del mundo.

¹³ Johnson, Sarah. La regulación de la publicidad exterior en el Reino Unido: El equilibrio entre desarrollo comercial y paisaje urbano. Londres: Editorial Urbanismo y Sociedad, 2020.

¹⁴ Smith, John. Publicidad exterior digital en Estados Unidos: Regulaciones y cambios en Nueva York y Los Ángeles. Nueva York: Editorial Urbanismo y Tecnología, 2022.

¹⁵ Kim, Hye-Jin. Publicidad exterior en Asia: Integración de la tecnología y el diseño urbano en Tokio y Seúl. Seúl: Editorial Urbanismo Global, 2021.

4.2. CONTEXTO NACIONAL

En Colombia, la hoja de ruta establecida sobre publicidad exterior visual es la ley 140 de 1994 la cual reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional y establece las condiciones en que puede realizarse Publicidad Exterior Visual en el mismo.

La ley define la publicidad exterior visual como ¹⁶“Se entiende por Publicidad Exterior Visual, 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.”.

Igualmente hace la consideración lo que para efectos de la ley no se considera como Publicidad Exterior Visual “ 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”¹⁷

Dicha ley contiene como objeto “mejorar la calidad de vida de los habitantes del país mediante la descontaminación vial y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en relación con la publicidad exterior visual”

Se establece de igual forma que para el registro de la Publicidad Exterior Visual se deberá de hacer a mas tardar dentro de los 3 días hábiles siguientes a la colocación de la Publicidad Exterior Visual y se deberá de hacer ante al alcalde del municipio, distrito o territorio indígena respectivo. Estableciendo así que es responsabilidad de las autoridades locales bajo los lineamientos nacionales el registro y el cumplimiento de la normativa respecto a la Publicidad Exterior Visual en los territorios locales.

La Publicidad Exterior Visual en los distintos territorios del país, responden a diferentes lógicas por la diversidad de los mismos. Estableciendo así que cada ciudad a partir de los lineamientos nacionales, establezcan así distintas regulaciones para la misma.

Es así que se hace la necesidad de la mención de las distintas regulaciones en algunas de las principales ciudades en Colombia.

Medellín

El desarrollo de la reglamentación del uso de Publicidad Exterior Visual en Medellín es fundamentado en el acuerdo municipal No 27 de 2003 donde se expidió el Decreto 1683 del 5 de diciembre de 2003 “Por el cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual y los avisos publicitarios en el Municipio de Medellín”, posteriormente fue reglamentado por el Decreto Municipal No 971 de 2004.

¹⁶ Colombia, Congreso de Colombia. Ley 140 de 1994, (3, junio ,1994) por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional

¹⁷ Colombia, Congreso de Colombia. Ley 140 de 1994, (3, junio ,1994) por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional

Recientemente se realizó el Acuerdo municipal No.036 de 2017, el cual tuvo como objetivo regular la ubicación, instalación, mantenimiento y renovación de la publicidad exterior visual, con el fin de garantizar el uso del espacio público acorde con el desarrollo urbanístico y la protección del paisaje urbano. De igual manera establece la definición de Publicidad Exterior Visual, definiéndola en su artículo 2 a partir de las definiciones previstas en la ley 140 de 1994 como *“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, con dimensión igual o mayor a ocho (8m²) metros cuadrados e inferior a cuarenta y ocho (48m²) metros cuadrados en suelo urbano y hasta sesenta (60m²) metros cuadrados en suelo rural.”*

¹⁸

De igual forma, el acuerdo establece que no se considera como publicidad exterior 1. Los avisos publicitarios.

2. La señalización vial.

3. 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.

4. La nomenclatura urbana o rural.

5. Las expresiones artísticas como pinturas o murales y grafitis, siempre que no contengan mensajes comerciales, elementos o referencias a la marca o el nombre del patrocinador. La Secretaría de Cultura Ciudadana o quien haga sus veces, determinará si el mural es o no artístico.

6. Elementos de divulgación política y propaganda electoral de conformidad con la Ley 130 de 1994 o la norma que la modifique, complemente o sustituya.

7. Elementos institucionales que contengan información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas u otras personas por encargo de éstas. Deberán ser autorizados por la Secretaría de Comunicaciones o quien haga sus veces, para su respectivo control. Los elementos institucionales deberán respetar una distancia mínima de 80 metros, con respecto a la publicidad exterior que se encuentre instalada. Los mensajes no podrán ser comerciales.

8. Los elementos publicitarios incorporados al interior de las estaciones de los sistemas de transporte masivo (metro, Metroplús, tranvía y metrocable), así como al interior de los trenes, cabinas y vagones, definidos en Plan de Ordenamiento Territorial y Plan Maestro respectivo, los cuales serán definidos y regulados por la

¹⁸ Colombia, Congreso de Colombia. Ley 140 de 1994, (3, junio, 1994) por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional

Administración Municipal y la entidad encargada de la operación y mantenimiento de los sistemas.”

En lo correspondiente a ámbito de población se establece en el art 3 *“La publicidad exterior visual podrá ubicarse en los sitios permitidos de los inmuebles privados de la zona urbana y rural de Medellín, en el marco de las ¹⁹normas nacionales, el Plan de Ordenamiento Territorial y sus normas complementarias, y las que se establecen en este Acuerdo. En áreas de reglamentación especial, podrá estar asociada a la implementación de proyectos que propendan por la cualificación y sostenibilidad del espacio público, el paisaje y el patrimonio inmueble.”*

En lo referente a la parametrización y dimensión de la Publicidad Exterior Visual se refiere en su artículo 5 a *“Artículo 5. Dimensiones de la Publicidad Exterior Visual (...) 5.1.1 El área máxima de la valla dentro del municipio de Medellín, será de sesenta (60m2) metros cuadrados y la longitud máxima será de doce (12m) metros lineales. 5.1.2. 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 (3m) metros lineales. Cuando exista desnivel, el metraje se contabilizará desde el nivel de la vía. Para efectos de la instalación deberá contar con los estudios de suelo y cimentación suscritos por profesionales idóneos, a partir de los cuales el propietario pueda garantizar la estabilización de la estructura. Estos estudios se anexarán a la solicitud de registro, sin embargo, ello no implica que el Municipio de Medellín asuma responsabilidad alguna por las fallas en la estructura o su instalación (...)”*

Cartagena

A partir de lo establecido en el Proyecto de acuerdo 041 de 2007 *“POR MEDIO DEL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL DISTRITO DE CARTAGENA, SE CONCEDEN FACULTADES AL ALCALDE MAYOR DE CARTAGENA DE INDIAS D. T. y C, Y SE ESTABLECEN OTRAS DISPOSICIONES ESPECIALES NECESARIAS PARA EL CONTROL, LA PRESERVACIÓN Y DEFENSA DEL PATRIMONIO ECOLÓGICO Y CULTURAL DEL DISTRITO”*

El acuerdo tiene como objetivo definido en su artículo 1 *“ mejorar la calidad de vida de los ciudadanos residentes en el Distrito de Cartagena de Indias, dictando normas necesarias para el control, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural del Distrito, la protección de la integridad del espacio público y la seguridad vial y determinando específicamente la forma, procedimiento y*

¹⁹ Medellín, Concejo de Medellín Proyecto de Acuerdo no 036 de 2017, por el cual se regula la ubicación, instalación, mantenimiento y renovación de la publicidad exterior visual, con el fin de garantizar el uso del espacio público acorde con el desarrollo urbanístico y la protección del paisaje urbano

ubicación de la Publicidad ²⁰Exterior Visual, indicando a la vez las zonas en las que está permitida o prohibida su exhibición y las responsabilidades que recaen sobre propietarios y anunciantes.”

La Publicidad Exterior Visual tiene como definición en el artículo 2 “ *Se entiende por publicidad exterior visual el medio masivo de comunicación, permanente o temporal, fijo o móvil, que se destine a llamar la atención del público a través de leyendas o elementos visuales en general, tales como dibujos, fotografías, letreros o cualquier otra forma de imagen que se haga visible desde las vías de uso público, bien sean peatonales, vehiculares, aéreas, terrestres o acuáticas, y cuyo fin sea comercial, cívico, cultural, político, institucional o informativo. Tales medios pueden ser vallas, avisos, tableros electrónicos, pasacalles, pendones, colombinas, carteleras, mogadores, globos, y otros similares.”*

En lo que corresponde a las prohibiciones el artículo hace mención en las establecidas en el marco de la ley 140 de 1994.

De igual forma en Cartagena se establecen las características particulares y condiciones para la fijación de la Publicidad Exterior Visual haciendo énfasis en:²¹

- Avisos: *Entiéndase por aviso conforme al numeral 3 del artículo 13 del Código de Comercio el conjunto de elementos distintos de los que adornan la fachada, compuesto por logos y letras o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos se instalan adosados a las fachadas de las edificaciones.*
- Vallas: *Entiéndase por valla todo anuncio permanente o temporal utilizado como medio masivo de comunicación, que permite difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos culturales, políticos, institucionales, artísticos, informativos o similares; que se coloca, para su apreciación visual en lugares exteriores y que se encuentra montado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos; el cual sé íntegra física, visual, arquitectónica y estructuralmente al elemento que lo soporta y al entorno.*
- Pasacalles o pasa vías y pendones: *Son formas de publicidad exterior visual que tienen como finalidad anunciar de manera eventual o temporal una actividad o evento, o la promoción de comportamientos cívicos. Estos anuncios serán registrados ante la Secretaría de Planeación Distrital. No podrán contener mensajes comerciales o de patrocinador en un área superior al veinticinco (25%) por ciento del tamaño total del pasacalle o pendón. Estos podrán colocarse con plazo no superior a 72 horas antes del evento y durante el desarrollo del mismo.*
- Otras formas de publicidad exterior visual:
 - Murales artísticos. *Para los efectos de esta disposición son murales artísticos los que con carácter decorativo y con motivos artísticos se pintan directamente sobre los muros de las culatas de las edificaciones y muros del cerramiento-. Estos murales no podrán incluir ningún tipo de publicidad ni evocar marca, producto o servicio alguno; en todo caso requieren el correspondiente registro ante la secretaria de Planeación Distrital-Divison de Control urbano y la autorización del propietario del inmueble según el caso. Los motivos de los murales artísticos no se pueden repetir ni en un mural ni en murales diferentes. Quien patrocine la colocación de murales artísticos tendrá derecho a hacer anuncios*

²⁰ Cartagena, Concejo de Cartagena, Proyecto de Acuerdo 041 de 2007 ““POR MEDIO DEL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL DISTRITO DE CARTAGENA”

²¹ Cartagena, Concejo de Cartagena, Proyecto de Acuerdo 041 de 2007 ““POR MEDIO DEL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL DISTRITO DE CARTAGENA

publicitarios en un área no mayor al 10% sobre la misma superficie, y en todo caso no mayor de 4 M2.

- *Publicidad aérea. Este tipo de publicidad incluye los globos libres y los dirigibles con publicidad exterior visual, así como los aviones con publicidad de arrastre y publicidad exterior. En ningún caso será permitido arrojar publicidad o información alguna desde naves en vuelo sobre el Distrito. Lo anterior se registrará de conformidad a las normas que en esta materia tenga previsto la Aeronáutica Civil.*
- *Globos anclados, elementos inflables, maniquíes, o similares. Los instrumentos de este tipo de publicidad, inclusive los instalados en lotes o edificaciones privadas, se sujetarán a lo previsto para las vallas en este Acuerdo y serán registrados ante la secretaria de Planeación Distrital, por un plazo máximo de 72 horas y en ningún caso sobre vías.*

CALI

En Cali la Publicidad Exterior Visual se encuentra reglamentada en el acuerdo No 0436 de 2017 “Por el cual se reglamenta la publicidad exterior visual mayor, menor, electrónica y/o digital, publicidad en amoblamiento urbano y avisos en el municipio de Santiago de Cali y se dictan otras disposiciones” .el cual incluye la publicidad menor, electrónica y/o digital, publicidad en amoblamiento urbano y avisos, adicionalmente plantea como uno de sus objetivos el mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad por medio de la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente.²²

En la realización de este acuerdo se contempló la evolución tecnológica en el ámbito publicitario, donde ha incorporado la innovación tecnológica, definiéndolo como la posibilidad de nuevos formatos distintos a los que ya se han encontrados establecidos por la Publicidad Exterior Visual, con características y dimensiones a las previamente definidas

Lo referente a la publicidad digital o electrónica su instalación es limitada exclusivamente a las vallas y se establece acorde en el artículo 67

Artículo 67. Vallas de publicidad electrónica y/o digital. *Las vallas de publicidad electrónica son elementos que utilizan sistemas electrónicos o digitales para su funcionamiento, mediante las cuales se exhiben anuncios publicitarios con movimiento cambiante, mediante mecanismos o mandos electrónicos. Las vallas de publicidad electrónica podrán utilizar tecnologías PLASMA, LED, y/o cualquier otro dispositivo de desarrollo tecnológico.*

Artículo 68. Mensaje Institucional. *Toda valla de publicidad electrónica deberá dedicar un 30% del tiempo de cada anuncio para transmisión de mensajes institucionales, previamente aprobados por la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Santiago de Cali*

Artículo 79. Innovación tecnológica. *Las innovaciones tecnológicas que surjan en materia de publicidad exterior visual, con características técnicas y dimensiones diferentes a las establecidas en el presente Acuerdo, no podrán superar el 10% del área permitida para las vallas y su diseño deberá presentarse previamente al Departamento Administrativo de Planeación Municipal, subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico”*

4.3. CONTEXTO LOCAL

En el contexto distrital la publicidad exterior visual es definida en el artículo 2 del Decreto 959 de 2000 “Se entiende por publicidad exterior visual el medio masivo de comunicación, permanente o temporal, fijo o móvil, que se destine a llamar la atención del público a través de leyendas o elementos visuales en general, tales como dibujos, fotografías, letreros o cualquier otra forma de imagen que se haga visible

²² Cali, Concejo de Cali, Proyecto de Acuerdo 0436 de 2017 “Por el cual se reglamenta la publicidad exterior visual mayor, menor, electrónica y/o digital, publicidad en amoblamiento urbano y avisos en el municipio de Santiago de Cali y se dictan otras disposiciones”

desde las vías de uso público, bien sean peatonales, vehiculares, aéreas, terrestres o acuáticas, y cuyo fin sea comercial, cívico, cultural, político, institucional o informativo. Tales medios pueden ser vallas, avisos, tableros electrónicos, pasacalles, pendones, colombinas, carteleras, mogadores, globos, y otros similares...”

La autoridad ambiental en materia Distrital encargada de realizar evaluación, control y seguimientos a los elementos de publicidad exterior visual es la secretaria Distrital de Ambiente, esto con el fin de regular la contaminación visual en la ciudad de Bogotá. La secretaria Distrital de Ambiente como autoridad ambiental del Distrito Capital, busca determinar las condiciones técnicas de ubicación de la publicidad, indicando a su vez las prohibiciones de instalación de estos elementos, al igual que las responsabilidades que recaen sobre propietarios y anunciantes. De igual forma es la encargada de vigilar el cumplimiento normativo en esta materia, contemplados en los decretos 959 de 2000

El decreto 959 de 2000 establece las reglas y condiciones que deben cumplir los elementos publicitarios que se instalen en la ciudad, esto con motivos de reducir los índices de contaminación visual. En su título III contiene las características particulares y condiciones para fijación de la publicidad exterior visual.

Se realizarán mención de aquellos artículos que se refieran de manera particular y general de la publicidad exterior visual

“Artículo 6. Entiéndase por aviso conforme al numeral 3º del artículo 13 del Código de Comercio el conjunto de elementos distintos de los que adornan la fachada, compuesto por logos y letras o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos se instalan adosados a las fachadas de las edificaciones.

Artículo 7. Ubicación. Los avisos deberán reunir las siguientes características: a) Sólo podrá existir un aviso por fachada de establecimiento, salvo que la edificación contenga dos (2) o más fachadas en cuyo caso se autorizará uno por cada una de ellas. Lo anterior sin perjuicio de aquellos establecimientos que puedan dividir su aviso según las reglas contenidas en este artículo; b) Los avisos no podrán exceder el 30% del área de la fachada del respectivo establecimiento; (...)

Artículo 8 No está permitido colocar avisos bajo las siguientes condiciones:

- a) Los avisos volados o salientes de la fachada;*
- b) Los que sean elaborados con pintura o materiales reflectivos*
- ; c) Los pintados o incorporados en cualquier forma a las ventanas o puertas de la edificación, y*
- d) Los adosados o suspendidos en antepechos superiores al segundo piso.*

Artículo 11. Ubicación. Las vallas en el distrito capital podrán ubicarse en los inmuebles ubicados en vías tipo V-0 y V-1, V-2, en un ancho mínimo de 40 metros. Sobre las vías V-0 y V-1 las vallas no podrán instalarse en zonas residenciales especiales. Las vallas deberán cumplir las siguientes condiciones: (...)

d) Medios informativos electrónicos. En los tableros o vallas electrónicas se podrá anunciar únicamente información ambiental, servicios públicos, medidas o sistemas de seguridad o transporte, prevención de riesgos, así como campañas culturales, cívicas, de recreación y salud pública. Podrán instalarse excepcionalmente sobre espacio público de acuerdo con el reglamento que el alcalde Mayor expida para el caso. Estos elementos no podrán anunciar electrónicamente marca, producto o servicio con propósito comercial alguno. El área expuesta del elemento será inferior a 8 metros cuadrados. Quienes patrocinen la colocación de tableros electrónicos tendrán derechos a hacer anuncios publicitarios fuera del tablero electrónico en un área no mayor al 10%, y; (...)

Para facilitar los trámites de regulación y vigilancia, la secretaria Distrital de Ambiente desarrollo el Sistema Integrado de Publicidad Exterior Visual (SIIPEV). El cual es una plataforma de información que nació a partir de lo establecido en el Acuerdo 610 de 2015 del Concejo de Bogotá. En dicha plataforma es posible encontrar la información actualizada de la publicidad exterior visual y permite a los ciudadanos consultar tramites en general de Publicidad Exterior Visual

El SIIPEV permite tener acceso a los Actos Administrativos relacionados con Publicidad Exterior Visual, el mobiliario urbano del Distrito y las sanciones relacionadas a materias de publicidad Exterior. De igual forma cuenta con la herramienta de Visor Geográfico de la secretaria Distrital de Ambiente el cual permite

visualizar desde la calidad visual la intensidad de mobiliario urbano, vallas tubulares y Registros menores. por último, permite la realización de tramites y servicios relacionados a la Publicidad Exterior Visual tanto de manera virtual o manera presencial en la sede principal de la secretaria o en los puntos de atención de los CADES y SuperCADES donde hace presencia la SDA en la ciudad.²³

El SIIPEV de igual forma presenta el Manual de Publicidad Exterior Visual el cual tiene como objetivo presentar los lineamientos establecidos por la normativa ambiental a los elementos de publicidad de visual primeramente en lo referente a las condiciones técnicas de instalación de estos, como en el proceso de registro de estos elementos ante la autoridad ambiental., siendo así mismo una herramienta de consulta Buscando generar en el corto mediano y largo plazo, conciencia ciudadana sobre la contaminación visual y la importancia de la armonía del paisaje urbano. Buscando promover una cultura ciudadana que permita que el distrito capital sea reconocido por su ordenamiento y belleza y demostrar que de la mano con los elementos publicitarios existe una relación mutualista en la cual se puede enriquecer el paisaje y publicitar a los comerciantes al mismo tiempo.

5. CONVENIENCIA DEL PROYECTO DE ACUERDO

En la Ciudad se hace urgente actualizar el marco regulatorio de la publicidad exterior visual, entendiendo que las limitantes que hoy se imponen a la innovación y creatividad bloquean el desarrollo económico de la industria creativa y del entretenimiento de la ciudad, lo que conlleva a reducir el crecimiento económico de la misma y la pérdida de nuevas oportunidades de crear empleos calificados.

El mercado requiere un marco regulatorio más versátil, que se adapte a los constantes desarrollos tecnológicos de la industria de las comunicaciones y que permita a la ciudad crecer y crear nuevas fuentes de ingreso, nuevos empleos y mejores condiciones para las y los ciudadanos en general.

También se requiere fortalecer el ejercicio de la autoridad ambiental, facilitando las actividades de control y seguimiento y fortaleciendo los instrumentos para garantizar el cumplimiento de las normas establecidas en esta materia.

En el mismo sentido, es importante regular la forma en que esta actividad se expande a nuevos espacios y usos dentro de la ciudad, evitando que estos desarrollos puedan generar impactos negativos en las personas, los recursos naturales o en el valor de los inmuebles o bienes del estado.

6. COMPETENCIA DEL CONCEJO

El Decreto Ley 1421 expresa en el artículo 12, numeral 1, lo siguiente:

“Artículo 12. Atribuciones. Corresponde al Concejo Distrital, de conformidad con la Constitución y la ley:

1. Dictar las normas necesarias para garantizar el adecuado cumplimiento de las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del Distrito.

(...)

25. Cumplir las demás funciones que le asignen las disposiciones vigentes.

7. IMPACTO FISCAL

De conformidad con lo anterior y en cumplimiento del Artículo 7° de la Ley 819 de 2003, aclaramos que la presente iniciativa no genera un impacto fiscal que implique una modificación en el marco fiscal de mediano plazo, toda vez que no se incrementará el Presupuesto del Distrito, ni ocasionará la creación de una nueva fuente de financiación, en la medida en que el presupuesto fue proyectado dentro del marco del Plan de Desarrollo Distrital.

Cordial saludo,

EDWARD ARIAS RUBIO

Autor

²³ Secretaria Distrital de ambiente, Manual de Publicidad Exterior Visual ,2019

PROYECTO DE ACUERDO NO 005 DE 2025**PRIMER DEBATE**

“Por medio del cual se definen normas sobre publicidad exterior visual en el Distrito Capital y se dictan otras disposiciones”

EL CONCEJO DE BOGOTÁ

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el numeral 1 del artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993,

ACUERDA

TÍTULO I - Generalidades

Capítulo I - Condiciones generales.

Artículo 1. Objeto. Generar lineamientos para la instalación, localización, vigilancia y control de la publicidad exterior visual en el Distrito Capital para promover el aprovechamiento económico y mejorar las condiciones del entorno urbano procurando armonía y convivencia entre los diferentes tipos de elementos instalados en el espacio público y en el espacio privado, que por su naturaleza no son excluyentes entre sí. En todo caso, se propenderá por incentivar, conservar y proteger las empresas dedicadas a la publicidad exterior visual. Así mismo, tiene por objeto unificar y cualificar el procedimiento de otorgamiento de los registros respectivos y actualizar los criterios del Sistema Único de Información de la Publicidad Exterior Visual – SIIPEV- para Bogotá D.C.

Parágrafo Primero: Los elementos de Publicidad Exterior Visual a los que se refiere el Artículo 1 de la Ley 140 de 1994, se amparan en las reglas establecidas en esta norma. Los elementos instalados en el espacio público se regirán por el contrato, concesión o alianza público privada que determine la autoridad competente.

En todo caso, los elementos instalados en espacio privado, en espacio público y anexos a establecimientos de comercio, no se excluyen entre sí, pueden coexistir respetando la naturaleza de cada uno de los elementos.

Artículo 2. Ámbito de aplicación. El presente Acuerdo rige en todo el Distrito Capital y a él se someten todas las actividades de Publicidad Exterior Visual.

Artículo 3. Principios. La Publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital se regirá por los siguientes principios:

Protección. La publicidad exterior visual como medio masivo de comunicación es un derecho y deberá ser protegido. Su uso, goce y disfrute debe realizarse de tal manera que sea dinámico, moderno y sostenible.

Armonización. La Publicidad Exterior Visual deberá, en todo caso, tener en cuenta las condiciones previstas en el Plan de Desarrollo y el Plan de Ordenamiento Territorial y articularse con la Estructura Funcional y de Servicios y la Estructura Socioeconómica y Espacial.

Libertad de comunicación. Corresponde al Distrito Capital, garantizar el derecho a informar y ser informado.

Libertad de empresa. En los términos del Artículo 84 y 333 de la Carta Política el Distrito debe Garantizar la libertad de empresa y la iniciativa privada. Se prohíbe el monopolio en la actividad de publicidad exterior visual.

Artículo 4. Definición de publicidad exterior visual. De conformidad con lo previsto 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, vehiculares o aéreas que coexisten y hacen parte del entorno urbano.

No se considera publicidad exterior visual para efectos del presente acuerdo:

- A. La señalización vial, así como pendones, pasacalles o pasavías de información vial, los cuales anuncian la modificación o restricción al flujo vehicular o al sentido de las vías, instalados por entidades públicas competentes o sus contratistas, los cuales se someten a las normas de señalización vial.

- B. La nomenclatura urbana, incluyendo la identificación de las agrupaciones residenciales y propiedad horizontal de carácter residencial. Así como la identificación de las edificaciones comerciales siempre y cuando no se trate de pauta comercial.
- C. La información sobre sitios históricos, turísticos, culturales y deportivos que coloquen las autoridades u otras personas por encargo de éstas, así como la información relacionada al cuidado de los recursos naturales la que sea requerida por misionalidad de las instituciones y/o entes gubernamentales o aquellas que se implementen de un deber u obligación legal.
- D. No se entenderá como publicidad exterior visual la información preventiva, reglamentaria o direccional sobre servicios, medidas, sistemas de seguridad o transporte, su construcción o mantenimiento, la reparación o mantenimiento de obras y vías, programas de recreación, medio ambiente, salud e higiene o comportamientos cívicos.
- E. Las expresiones artísticas como pinturas, murales y grafitis, siempre y cuando no contengan mensajes comerciales, logos u otros relacionados con marcas. Para efectos del presente acuerdo no se considerará publicidad exterior visual la firma, nombre, seudónimo o nombre artístico del autor de la pintura, mural o grafiti.
- F. El uso de logos y nombres de las instituciones gubernamentales instalados en las fachadas de las edificaciones, así como aquellos que se empleen en otros elementos destinados para su identificación.
- G. Exposición exclusiva de propaganda electoral sobre sus preferencias políticas, la manifestación ciudadana en el marco de las campañas electorales y/o otro tipo de causas ciudadanas en el ejercicio del derecho democrático, en la fachada de su residencia.
- H. Los elementos destinados a señalar el ingreso y salida de los establecimientos, ni los horarios de atención al público, siempre y cuando no se utilicen como anuncio o propaganda.

Artículo 5. Lugares prohibidos. No podrá instalarse publicidad exterior visual en los siguientes lugares:

- A. En las áreas que constituyan espacio público; sin embargo, se podrá explotar publicitariamente el espacio público conforme con la reglamentación que se expida sobre aprovechamiento económico del espacio público.
- B. En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario, poseedor o de propiedad del Estado.
- C. En la Estructura Ecológica Principal del Distrito Capital, ni en las de mantenimiento de los canales de conformidad con lo dispuesto en el Plan de Ordenamiento Territorial y la normatividad ambiental vigente.
- D. Solo está permitida la instalación de las vallas de tipo institucional que informen sobre el cuidado de estas zonas, las cuales en todo caso deberán ser armónicas con el objeto de esta norma, de conformidad con el Plan de Manejo Ambiental respectivo.
- E. En donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial, informativa y de la nomenclatura urbana, aun cuando sean removibles.
- F. En lugares que puedan obstaculizar la instalación, mantenimiento y operación de los servicios públicos domiciliarios.
- G. No podrá colocarse publicidad exterior visual que induzca al consumo de bebidas embriagantes, tabaco o sus derivados en una distancia de doscientos (200) metros de cualquier establecimiento educativo, recreativo o de bienes declarados monumentos nacionales.
- H. Estos doscientos (200) metros de distancia se medirán de forma lineal sobre la misma vía y en el mismo sentido y costado vial desde el elemento de publicidad exterior visual hasta el extremo más próximo del predio donde funcione el establecimiento educativo o recreacional.
- I. En las sedes de entidades públicas, embajadas y consulados en las que sólo está permitida la instalación de los avisos que indican el nombre de las entidades citadas.

Parágrafo Primero. Se aplicarán las demás prohibitivas estipuladas en la Ley 140 de 1994, la que la modifique y/o sustituya.

Artículo 6. En todo caso, se podrá hacer uso de innovación tecnológica en todos los elementos publicitarios.

Artículo 7. En los contratos de concesión y APP se podrá regular todo lo relacionado con la publicidad exterior visual que, en todo caso, deberán respetar los principios y parámetros generales del presente acuerdo.

Capítulo II. Definiciones

Artículo 8. Glosario. Se adoptan como definiciones para publicidad exterior visual en el distrito capital la siguientes:

Actualización: Cualquier cambio en la información sobre el tipo de publicidad y su ubicación, identificación del anunciante y su domicilio, e identificación del dueño y sus datos de ubicación.

Afectación Visual: Efecto causado por la localización del elemento publicitario, o de cualquier dispositivo electrónico o tecnología que anuncie publicidad.

Afectación luminosa a domicilios colindantes a la publicidad exterior visual: Penetración de luz o iluminación proveniente del elemento de publicidad exterior visual o del elemento que ilumina dicha publicidad en las edificaciones de uso residencial, así como los predios colindantes. No se incluyen oficinas, ni locales comerciales y similares.

Se entiende que ésta se presenta cuando el elemento publicitario que genera la afectación de luz se encuentre a igual altura o por debajo de la cubierta de cualquier inmueble vecino a una distancia de ochenta metros (80).

Afiche o cartel: Elemento de publicidad exterior visual en el que se imprime el mensaje y/o imágenes para promocionar un bien, servicio o evento, los cuales se instalarán únicamente en mobiliario urbano o elementos autorizados.

Ancho de Vía: Medida transversal de una zona de uso público, para el tránsito de peatones y vehículos, compuesta por andenes, calzadas, ciclo-rutas, separadores y demás elementos del espacio público.

Anunciante: Persona natural o jurídica responsable del anuncio de un producto, obra, proyecto, actividad o servicio.

Anuncio Publicitario: Es el mensaje comercial o promocional que se transmite a través de elementos de cualquier naturaleza, visibles desde el espacio público.

Antejardín: Área libre, de propiedad privada, perteneciente al espacio público, de acuerdo con las previsiones contenidas en el decreto nacional 1077 de 2015 o norma que la sustituya, modifique o adicione.

Área hábil de publicidad: Es el área del elemento que se utiliza en publicidad exterior visual. Esta medida es diferente de la dimensión del elemento.

Área hábil para instalar publicidad exterior visual en fachada: Es aquella parte de la fachada en la que se puede instalar publicidad exterior visual conforme a las normas del presente acuerdo.

Área hábil para instalar publicidad exterior visual en vehículos automotores: Es aquella parte exterior del vehículo en la que se puede instalar o fijar publicidad exterior visual conforme con las características y condiciones técnicas que se establezcan para tal efecto.

Avisos: Entiéndase como aviso el conjunto de elementos distintos de los que adornan la fachada, compuesto por logos y letras o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos se instalan adosados a las fachadas de las edificaciones. No serán considerados como avisos aquellos elementos destinados a señalar el ingreso y salida de los establecimientos, ni los horarios de atención al público.

Aviso en vehículo automotor: Es el aviso que se fija o se adhiere a un vehículo automotor, en las puertas, techo, costados laterales. En los avisos instalados en el techo, el tamaño no puede superar el 50% del área respectiva, ni tener una altura superior a 60 cm.

Aviso divisible de fachada: Es el elemento publicitario tipo aviso, instalado en las fachadas de edificios de vocación comercial que tengan un área de construcción igual o superior a seis mil (6000) metros cuadrados. Los avisos podrán dividirse en avisos de hasta 48 metros cuadrados, sin superar 9 avisos y sin exceder, en su totalidad, el 30% de la fachada.

Aviso separado de fachada: Elemento de publicidad exterior visual que se encuentra instalado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos el cual se sitúa separado de la fachada del inmueble y/o establecimiento en donde se realiza la actividad económica que se desea publicitar.

Canopy: Estructura de concreto o metálica cuya función principal es resguardar los sistemas de distribución de combustibles de agua lluvia y de la intemperie en general.

Cartelera: Elemento de mobiliario urbano para portar publicidad exterior visual tipo cartel o afiche.

Carteleras locales: Se entiende por cartelera local la estructura que se encuentra adosada a los muros, a los encerramientos de lotes, obras, escenarios o similares con el propósito de ubicar publicidad en ella.

Cerramiento: Son las barreras provisionales que se instalan alrededor de una obra pública o privada y en los cuales se pueden instalar publicidad exterior visual.

Cesión de registro: Es la comunicación, por parte del propietario del registro, a la administración distrital, sobre la transferencia de la titularidad del registro de publicidad exterior visual.

Cubierta: Placa superior de las edificaciones que hace parte de las áreas comunes o equipamiento comunal privado.

Cubrimiento de obra: Es el recubrimiento en materiales flexibles o microperforados que no opongan resistencia al viento y cuya finalidad sea el aislamiento total o parcial de los impactos generados por la construcción de obra nueva o remodelación que puede ser objeto de publicidad exterior visual.

Culata: Es el muro sin vista o aberturas de una edificación que colinda lateral o posteriormente con propiedades vecinas.

Dimensiones: Se entiende como el área que podrá tener el elemento publicitario.

Distritos de luz: Son las zonas o polígonos destinados para la instalación, en forma concentrada, de elementos de publicidad exterior visual con nuevas tecnologías.

Dummy o inflable: Elemento de publicidad exterior visual menor y mediano elaborado en estructura inflable, la cual se usa para magnificar la presencia de un producto que se instala en zonas abiertas.

Elemento de Gran formato: Elemento de publicidad exterior visual superior a cuarenta y ocho (48) metros de área hábil de publicidad.

Elementos medianos de publicidad: es el elemento cuya área hábil de publicidad es superior a 8 metros cuadrados sin exceder 48 metros cuadrados.

Elementos menores de publicidad: Son aquellos elementos publicitarios iguales o menores a 8 metros cuadrados de área hábil de publicidad. No son objeto de registro

Evento masivo: Entiéndase por evento masivo como un evento planificado de afluencia masiva superior a mil (1.000) personas reunidas en un lugar con la capacidad e infraestructura para desarrollarlo, acorde con lo establecido en el Decreto 3888 de 2007.

Fachada: Cara, pared o alzada de una edificación que limita dichas edificaciones con la zona pública o comunal.

Grandes Superficies Comerciales: Zonas conformadas por grandes establecimientos abiertos al público, especializados en comercio y servicios, con una superficie construida igual o superior a los 2.500 metros cuadrados.

Innovación tecnológica: Es cualquier forma de implementación de tecnologías aplicadas a la publicidad exterior visual

Iluminación Artificial: Fuente de luz procedente de tecnología integrada por bombillas, pantallas, reflectores, LEDS u otro componente electrónico capaz de transmitir luminosidad. También se refiere a la emisión de luz proveniente del elemento de publicidad exterior visual o del aditamento o accesorio que ilumina dicha publicidad.

Jardines verticales: Coberturas vegetales conformadas con plantas de hábitos herbáceos, epífitas, bejucos o enredaderas que crecen sin ningún tipo de suelo los cuales se instalan en muros, culatas, vallas, cerramientos y similares. (Res 6619 de 2011 SDA).

Mapping: es la proyección de imágenes, estáticas o animadas, en formato de vídeo sobre superficies reales que pueden estar acompañados de sonido ambiental.

Mensaje Institucional: Es la promoción, por parte de las entidades que hacen parte de entes gubernamentales, de los temas misionales del Distrito que no incluyan mensajes comerciales.

Mobiliario Urbano: Para los efectos del presente acuerdo, se entiende por mobiliario urbano el conjunto de elementos colocados a instancias de la administración o con autorización de ella, para el servicio, uso y disfrute del público y que hacen parte del entorno urbano y del espacio público de la ciudad. Así como también los que ofrecen información, orientación y mejores condiciones de seguridad, tranquilidad e higiene. Estos elementos, podrán coexistir con los elementos de publicidad exterior visual e interior visual y se regirán por lo establecido para el efecto por la autoridad competente.

Mobiliario urbano temporal: Es el conjunto de objetos y equipamientos instalados, en el espacio público, de forma temporal en un área determinada, utilizados para hacer publicidad exterior visual.

Mogador: Elemento de mobiliario urbano en el cual se puede instalar publicidad exterior visual mediante afiche, cartel o innovación tecnológica.

Mural artístico: Representación artística, cultural o didáctica que se realiza sobre una pared, muro o fachada. No puede contener frases, logos, alusiones o referencias a una actividad, bien o servicio comercial, salvo la referencia al patrocinador del mural, cuya mención no puede exceder el 10% del área hábil del arte del respectivo mural.

Mural con pauta comercial: Es la representación artística y/o cultural que se realiza sobre los muros, culatas y fachadas de las edificaciones que cuenta con una pauta publicitaria en su arte.

Orientación Visual: Corresponde a la ubicación del elemento publicitario respecto de los puntos cardinales.

Pantalla Electrónica: Medio físico de comunicación en el que se emiten imágenes luminosas, las cuales pueden tener diferentes emisores y receptores. La emisión de imágenes puede tener diferentes características de secuencia, resoluciones, colores y tamaños; pueden ser únicas o múltiples.

Paramento: Plano vertical que delimita la fachada de un inmueble, sobre un área pública o privada.

Pasacalle: Elemento de publicidad exterior elaborado en tela u otro material tipo lona o similares, que se ubica anclado o adherido a elemento de mobiliario urbano y que pende de sus partes laterales de una reglilla en material rígido resistente a la intemperie.

Pauta publicitaria: Es el uso de los elementos de publicidad exterior visual con la finalidad de comunicar un mensaje comercial, durante un período de tiempo determinado.

Pendón: Elemento de publicidad exterior elaborado en tela o material similar que en la parte superior e inferior se encuentran adheridos a una estructura fija a través de una regleta en material resistente a la intemperie.

Pendón de obra pública: Elemento, o impreso, elaborado en tela tipo lona o similares, que se ubica anclado o adherido al cerramiento temporal y demás elementos de protección de las obras públicas del Distrito Capital, y que tiene como única finalidad anunciar de forma temporal alguna actividad de carácter institucional, cultural y que esté relacionada con la obra que se desarrolla.

Prórroga: Acto administrativo en virtud del cual la autoridad competente extiende el plazo del registro.

Proyección en 3D: Es la proyección de un objeto o tridimensional en una superficie bidimensional.

Proyección en gran formato: Proyecciones digitales temporales realizadas a cielo abierto o sobre superficies reales.

Estas proyecciones podrán contener información comercial, institucional, cultural, cívica o similares. Esta publicidad exterior visual 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 o informativa.

Proyección holográfica: Es la proyección de una imagen tridimensional formada por la interferencia de rayos de luz de un láser u otra fuente de luz coherente.

Publicidad Aérea: Es la publicidad exterior visual en elementos tipo globos libres, globos aerostáticos y dirigibles, así como aeronaves tripuladas y no tripuladas con publicidad de arrastre.

Publicidad en movimiento: la publicidad exterior visual que se destina a llamar la atención del público a través de la proyección de manera dinámica de leyendas, elementos visuales o imágenes en transición de menos de dos segundos y/o video en los que se pueda conectar un mensaje, historia o relato.

Publicidad de eventos realizados en el espacio público: Es aquella publicidad exterior visual que se permite, de manera temporal, para anunciar o promocionar un evento específico que se efectúa en el espacio público.

Publicidad exterior visual en eventos masivos: Es aquella publicidad exterior visual que se realiza para promocionar un evento masivo o durante el desarrollo de dicho evento.

Publicidad Exterior visual en vehículos de servicio público de transporte de pasajeros tipo taxi: Se entiende por publicidad exterior visual en transporte público de transporte masivo de pasajeros de Bogotá aquella que se instale en la infraestructura y equipos que lo compone y sus equipos.

Publicidad móvil: Es aquella que se encuentra instalada sobre vehículos automotores con capacidad de movimiento.

Publicidad volumétrica: Es una forma de publicidad que utiliza tecnologías como realidad aumentada y proyecciones en 3D, que puede tener o no movimiento, o uso de elementos impresos de manera tridimensional que sobresalen al plano de un anuncio.

Registro: Es la inscripción del particular ante la autoridad competente de elementos de publicidad exterior visual que por su tamaño o naturaleza requieran dicho registro.

Reloj Informador: Estructura vertical elaborada con materiales aptos para la intemperie, localizada en el espacio público por las autoridades distritales o autorizadas por ésta, con el fin de colocar en ella información relacionada con la hora, fecha, temperatura, humedad, mediciones de contaminación y población, principalmente. Pueden ser utilizados, además, como medio de difusión de mensajes institucionales, cívicos, culturales y artísticos de interés general, previa autorización de la entidad competente conforme a las disposiciones del Inciso 3º del Artículo 1º de la Ley 140 de 1994.

Sentido visual: Para el caso de elementos PEV tipo valla tubular o valla convencional, el sentido visual se determinará por la instalación del elemento respecto a la línea perpendicular de la vía autorizada y desde esta proyección, las dos (2) caras contrarias tendrán un ángulo de apertura máximo de 45°.

Si el elemento PEV tiene una sola cara, podrá tener un ángulo de apertura máximo de 40°, medido desde la línea perpendicular de la vía autorizada hasta el área hábil de publicidad. Deberá tenerse en cuenta que el elemento no podrá sobresalir de los límites prediales del inmueble.

SIPEV: El Sistema Integrado de Información de Publicidad Exterior Visual es un sistema de información, de acceso público, donde se encuentra la información actualizada de publicidad exterior visual, que sirve para la toma de decisiones. Se constituye como una herramienta indispensable para realizar las labores de control y seguimiento, fortalecer el control social y la participación ciudadana.

Titular del registro: Persona natural o jurídica, responsable del elemento que requiere registro, y es el encargado de adelantar los trámites administrativos sobre este.

Traslado: Es la reubicación de elementos de publicidad que cuenten con registro, ya sea vigente o en proceso de renovación o actualización.

Servicio público de transporte terrestre automotor en vehículos taxi: El transporte público terrestre automotor individual de pasajeros en vehículos taxi es aquel que se presta bajo la responsabilidad de una empresa de transporte legalmente constituida y debidamente habilitada en esta modalidad, en forma individual, sin sujeción a rutas ni horarios, donde el usuario fija el lugar o sitio de destino. El recorrido será establecido libremente por las partes contratantes.

Valla: Medio masivo de comunicación instalado en espacios privados, destinado a publicidad exterior visual cuya área hábil de publicidad es igual puede ser de hasta 48 metros cuadrados. La valla puede tener dos caras opuestas.

Valla convencional o cercha: Elemento publicitario de estructura metálica a piso con un área hábil de publicidad que no puede exceder 48 m². La valla puede tener dos caras con orientaciones visuales opuestas.

Valla institucional: Elemento publicitario cuyo objeto es comunicar actividades de los organismos del Estado. Estas vallas son temporales y contienen información institucional, preventiva, reglamentaria, direccional sobre servicios, medidas o sistemas de seguridad, transporte y vías, programas de recreación, medio ambiente, salud e higiene o comportamientos cívicos; así como informar sobre las características y el avance de cualquier obra realizada con recursos públicos.

Valla de obra: La valla de obra, convencional o tubular tiene por objeto comunicar a la comunidad la información de construcción de bienes y edificaciones privadas. Podrán instalarse en el espacio público adyacente a la obra en desarrollo, conforme a lo establecido en el artículo 138 del Decreto Nacional. De acuerdo con la estructura que se instale puede tener dos caras conforme con lo regulado en vallas convencionales o vallas tubulares.

Valla tubular: Elemento publicitario al cual se fijan anuncios comerciales, institucionales o constructivos, y cuya estructura principal está conformada por perfiles tubulares. En la parte superior puede tener máximo dos caras publicitarias con orientaciones visuales opuestas. El ángulo de apertura de las caras no puede superar 45 grados.

Vehículo con plataforma exclusiva para porte de publicidad: Vehículo homologado por el ministerio de Transporte, con carrocería tipo estacas planchón/plataforma, destinado exclusivamente para el porte de vallas, avisos y letreros publicitarios, utilizado como medio masivo de comunicación, constituido como el elemento que se utiliza como anuncio, identificación, señal, advertencia y propaganda con fines comerciales, culturales, turísticos o informativos.

Vehículo de emergencia: Vehículo automotor debidamente identificado e iluminado, autorizado para transitar a velocidades mayores que las reglamentadas con objeto de movilizar personas afectadas en salud, prevenir o atender desastres o calamidades, o actividades policiales, debidamente registrado como tal con las normas y características que exige la actividad para la cual se matricule.

Vehículo de movilidad individual: Consiste en vehículos tipo bicicleta, patineta o similares para uso individual que funcionan mediante autopropulsión, energía eléctrica u otras tecnologías cero emisiones o mediante una combinación de estas.

Vehículo de transporte masivo: Vehículo automotor para transporte público masivo de pasajeros, cuya circulación se hace por carriles exclusivos e infraestructura especial para acceso de pasajeros.

Vehículos de servicio público de transporte de pasajeros tipo taxi: Es un vehículo de alquiler con conductor (taxista), que lleva asociada una licencia de autoturismo o de auto taxi, y que se utiliza en el servicio de transporte de uno o varios pasajeros por contrato.

Vitrina comercial para establecimientos: Entiéndase por vitrina comercial un espacio destinado a la exhibición de productos y/o servicios propios del establecimiento que es visible a través de la fachada exterior de dicho establecimiento.

Vitrina itinerante: Es un elemento confinado móvil dentro del cual se exhibe pauta comercial que se instala de forma temporal en espacio privado o público, este último con autorización previa de la autoridad competente.

Vitrina para pauta comercial: La vitrina es un espacio confinado destinado a la explotación de pauta comercial que es visible a través de la fachada desde el exterior del predio o edificación.

Voladizo: Elemento volumétrico de la fachada de una edificación que sobresale del paramento de construcción en pisos diferentes del primero y se proyecta sobre el espacio público, antejardín o vía.

Capítulo III. Contenido y responsables

Artículo 9. Contenido de la publicidad exterior visual. La publicidad exterior visual no podrá contener mensajes que atenten contra la Constitución Política, las leyes o conduzcan a confusión de la señalización vial e informativa.

Parágrafo. 1. Para las vallas se deberá indicar de manera legible, el número y fecha del registro, el nombre del titular del registro y número de teléfono.

Parágrafo 2. Cuando por el contenido de su publicidad se deba tener, por mandato legal, un mensaje específico referente a la salud, temas ambientales, culturales o de carácter cívico, se deberá incluir dicho mensaje en un área correspondiente al diez ciento (10%) del área total de la valla, y deberá ser legible desde la vía pública.

Parágrafo 3. Se prohíbe instalar publicidad exterior visual que promueva el tabaco y sus derivados, los Sistemas Electrónicos de Administración de Nicotina (Sean) y otros, acorde a lo establecido en la Ley 1335 de 2009 o las normas que lo sustituyan, adicionen o modifiquen.

Parágrafo 4. Se prohíbe toda publicidad, identificación o promoción que induzcan al consumo de bebidas embriagantes en una distancia de doscientos metros (200 m) lineales sobre la misma vía, en el mismo sentido y costado vías desde el límite más próximo del precio hasta el lugar de instalación del elemento de publicidad exterior visual de cualquier establecimiento educacional o recreacional.

Parágrafo 5. No podrán utilizarse palabras, imágenes o símbolos que atenten contra el debido respeto a las figuras o símbolos consagrados en la historia nacional; contra las creencias o principios religiosos, culturales o afectivos de las comunidades que defienden los derechos humanos y la dignidad de los pueblos, en consideración con lo establecido por la Ley 140 de 1994.

Artículo 10. Responsables de los elementos de publicidad exterior visual. Son responsables por lo regulado en el presente acuerdo la persona natural o jurídica que figure:

1. El titular del registro.
2. El propietario del elemento de publicidad exterior visual.
3. El propietario o poseedor del predio o edificación en la que instale el elemento de publicidad exterior visual.
4. El anunciante de publicidad exterior visual.
5. El propietario del vehículo en el que se ubique la publicidad exterior visual.

Parágrafo 1. El propietario del inmueble o del vehículo y el anunciante serán responsables en caso de no identificarse el propietario de la estructura de la publicidad exterior visual.

Parágrafo 2. El responsable del registro y del elemento de publicidad exterior visual deberá garantizar la seguridad de los peatones y los demás actores viales, para lo cual deberá constituir una póliza por un valor de 150 SMMLV adicional a la póliza global que, de cada empresa de publicidad, que cubra a terceros en caso de daños, lesiones o perjuicios por la instalación y uso de dichos elementos.

TÍTULO II - De los elementos.

Por medio del presente título se reglamentarán las condiciones de fijación o instalación de los siguientes elementos,

Capítulo I Afiches y carteles

Artículo 11. Condiciones para la instalación de afiches o carteles. Se deberán instalar los afiches y/o carteles bajo las siguientes condiciones:

- a. Antes de su instalación deberá solicitar y contar con registro vigente emitido por la autoridad competente.
- b. No debe ubicarse o fijarse en lugares o elementos diferentes a mobiliario urbano o elementos autorizados.
- c. Podrán hacer uso de innovación tecnológica.
- d. No podrán generar confusión con la señalización vial o informativa.
- e. No se permite que la publicidad sobresalga de la estructura que compone el mobiliario urbano o elementos autorizados
- f. Para la instalación de afiches o carteles en áreas de influencia de bienes culturales y/o bienes arquitectónicos de la ciudad se debe contar con el concepto previo por parte del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural - IDPC.

Parágrafo 1. Se prohíbe instalar afiches y/o carteles en los siguientes lugares:

- a. En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor.
- b. En los lugares y áreas descritos en las prohibiciones generales del presente acuerdo.
- c. No se permite instalación en las vías A0, A1 y A2.

Parágrafo 2. Distribución. El elemento podrá contener uno o varios afiches o carteles convencionales y/o con innovación tecnológica; los cuales, no podrán exceder en su conjunto las dimensiones del elemento de publicidad exterior visual respectivo. Esta distribución estará a cargo de las alcaldías locales.

Capítulo II. Avisos.

Artículo 12. Condiciones de ubicación. Para que se puedan instalar avisos deberán cumplirse las siguientes condiciones:

1. Hacer el registro correspondiente ante la autoridad competente que haga sus veces siempre que el área del aviso supere los 8 mts².
2. Exhibir el número de registro o radicación en lugar visible desde el espacio público
3. Estar instalados sobre la fachada propia del establecimiento comercial, a excepción de los avisos separados de la fachada que tienen su propia regulación.
4. Podrá existir número plural de piezas de identificación y/o comerciales que, sumadas, no excedan el 30% del área total de la fachada del establecimiento de comercio, sin exceder 9 avisos en total, cada uno con un máximo de 48 metros cuadrados.
5. Para establecimientos que funcionen, en el primer piso, el espacio destinado a la publicidad será el comprendido desde el nivel de piso hasta la placa de entrepiso del segundo piso, siempre por debajo del voladizo; en los casos en los que materialmente no se pueda ubicar el elemento allí, podrá instalarlo en el antepecho del segundo piso previa autorización del propietario del inmueble del segundo piso.
6. Cuando exista más de un establecimiento de comercio en el mismo inmueble, podrán compartir el área común de fachada, siempre que la sumatoria de las unidades no exceda el 30% del área total de la fachada, sin poder instalarse sobre de puertas y ventanas en los dos primeros pisos.
7. En las edificaciones en que operen redes de cajeros automáticos se permite que cada uno de éstos cuente con su respectivo aviso, el cual no podrá ocupar más del treinta por ciento (30%) del área del frente del respectivo cajero. Estos avisos se consideran como avisos distintos de aquellos que corresponden a la edificación en que se localizan los establecimientos de comercio.
8. En las zonas residenciales de uso exclusivo para vivienda, sólo se pueden instalar avisos adosados a la fachada de establecimientos comerciales autorizados, sin iluminación, salvo aquellos que por disposición de autoridad competente deban tener iluminación en horario nocturno.
9. Los avisos instalados en el centro histórico o en bienes considerados de patrimonio histórico o cultural, además de cumplir con los requisitos generales establecidos en el presente Acuerdo, deberán aportar autorización expedida por el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural para su instalación.

Artículo 13. Avisos de identificación para establecimiento a cielo abierto. Solo podrán contar con avisos por cada uno de los costados del cerramiento, el cual deberá ubicarse en el cerramiento del establecimiento sin sobrepasar la altura del mismo ni superar el 30% de dicha superficie; también podrán ubicarse sobre el acceso al parqueadero sin sobrepasar el ancho de dicho acceso y podrán tener una altura máxima de ochenta centímetros (80 cm.), sobre la altura del cerramiento.

Artículo 14. Avisos en el canopy de las estaciones de servicio. Se permite un aviso por cada lateral en el canopy de la estación de servicio, sin que este sobresalga de la estructura portante, ni de los límites prediales. El nombre y/o logo de la empresa prestadora del servicio no puede superar el 30% de cada superficie.

Artículo 15. Prohibiciones en la instalación de avisos. Está prohibido colocar avisos en los siguientes casos:

1. Ubicados en los voladizos o salientes de la fachada, con excepción de lo previsto para los avisos separados de fachada.
2. Los pintados, impresos, adheridos o incorporados en cualquier forma a las puertas y ventanas de la edificación.
3. Los que se instalen sin autorización del propietario del inmueble.
4. Los que sean elaborados con pintura o materiales reflectivos.

Artículo 16. Avisos separados de fachada. Está permitida la colocación de avisos comerciales separados de la fachada dentro del perímetro del predio, en las estaciones para el expendio de combustible y los establecimientos comerciales abiertos al público con área libre de cubierta superior a dos mil quinientos (2.500) metros cuadrados. En todos los casos deberán estar orientados en sentido perpendicular al aviso de la fachada o canopy según corresponda.

Los avisos separados de la fachada podrán contar con dos caras, siempre y cuando no anuncien en el mismo sentido visual entre ellas, ni en el mismo sentido visual del aviso de fachada del establecimiento de comercio y deberán contar con registro ante la autoridad competente, el cual deberá ser visible desde el espacio público. El área hábil de publicidad será de hasta ocho metros cuadrados (8 m²) para cada cara. Podrán tener como máximo quince 15 metros de altura y podrán contar con innovación tecnológica.

Parágrafo 1. Este tipo de avisos no podrán instalarse en zonas de protección ambiental, zonas de cesiones públicas para parques y equipamientos, andenes, calzadas de vías y demás sitios que este Acuerdo prohíbe. Lo anterior no aplica para los avisos separados de fachada de las obras de construcción.

Parágrafo 2. En todo caso, por cada dos mil quinientos (2500) metros cuadrados de área libre adicional, se podrá instalar un aviso de identificación y/o comercial separado de fachada.

Parágrafo 3. El aviso separado de fachada debe cumplir con los requisitos previstos para la instalación de las vallas.

Artículo 17. En los avisos divisibles de fachada. el máximo porcentaje autorizado para la instalación de publicidad será el correspondiente al 30% del área total de la fachada, el cual podrá dividirse en fracciones de hasta 48m² sin exceder 9 avisos en total.

En todo caso, los avisos divisibles deberán ser registrados ante la autoridad competente, quien verificará que no se supere el porcentaje de área publicitaria autorizada. Todo elemento tipo aviso divisible deberá contar con estudios técnicos de tipo estructural.

Estos elementos, en todo caso, podrán ser objeto de innovación tecnológica pero no podrá contar con publicidad en movimiento, ni videos a excepción de las vías A4, A5 y A6.

Capítulo III. Cerramiento

Artículo 18. Condiciones para la instalación de publicidad exterior visual en cerramientos de obra. Se podrá instalar publicidad exterior visual, que no esté relacionada con la obra o los constructores, en los cerramientos de obra pública o privada. Se podrá hacer uso de innovación tecnológica.

Se podrá utilizar el 40% del cerramiento en publicidad exterior visual, sea en avisos divisibles o continuos.

Capítulo IV. Cubrimiento de obra

Artículo 19. Condiciones para la instalación de publicidad exterior visual en cubrimiento de obra. Se podrá instalar publicidad exterior visual en el 30% del material microperforado utilizado para el cubrimiento de obra pública o privada. En este evento, la publicidad se deberá realizar en material liviano y/o flexible, con el cual no se ponga en riesgo a los trabajadores de la obra o particulares que circulen cerca de ella.

Para este evento, se deberá tener certificación de un ingeniero civil que indique que el material y el anclaje no genera riesgo para los trabajadores de la obra o particulares que circulen cerca de ella.

Capítulo V. Distritos de luz

Artículo 20. Condiciones para la instalación de distritos luz. Se podrán instalar distritos de luz en zonas que requieran recuperación, renovación o intervención para consolidarse como una zona turística, recreativa o cultural con inversión económica, tanto público como privada. Se admitirán, en estos distritos luz, únicamente uso de tecnología, por lo tanto, no se podrán usar lonas o materiales similares.

Las pantallas a instalarse deberán tener una medida superior a 8 metros cuadrados y contar con registro ante la autoridad competente. Se podrá hacer uso de publicidad en movimiento, siempre que no sea sobre las vías A0, A1 y A2.

Todo elemento deberá contar con estudios técnicos de tipo estructural y será tenido como valla para efectos tributarios. La autoridad competente deberá establecer mecanismos expeditos para agilizar la puesta en marcha de los distritos de luz.

Para la instalación de los distritos de luz se podrán usar fachadas de edificios, locales, centros comerciales, así como culatas, muros, etc. En todo caso, se deberá contar con la autorización de los propietarios de los predios.

Se podrá entregar la gestión de los distritos de luz a un particular que acredite conocimiento en manejo de publicidad exterior visual y en temas de innovación tecnológica. En todo caso, está prohibido que una sola empresa instale publicidad exterior visual en el distrito de luz autorizado. Cuando en el polígono escogido se

permita aprovechamiento económico del espacio público, podrá, el mismo administrador del distrito de luz, asumir el aprovechamiento económico del dicho espacio público.

Artículo 21. Cantidad de distritos de luz. Se podrá conformar un distrito de luz por cada seis (6) millones de habitantes. No se podrán instalar distritos de luz en zonas que ya se encuentren consolidadas económicamente con un atractivo turístico, gastronómico, comercial, cultural, creativo o similares. En todo caso, en la creación de los distritos de luz no se podrá afectar la industria publicitaria ya consolidada en el polígono o zona escogida.

Artículo 22. Registro de Pantallas en el distrito de luz. Para la instalación de elementos publicitarios en los distritos de luz, se deberán cumplir con los requisitos exigidos en el presente acuerdo según el elemento que se pretende instalar.

Para otorgar el registro, se deberá respetar el orden de radicación de las solicitudes. En todo caso se respetarán los registros ya existentes en la zona o polígono respectivo.

Capítulo VI. Fachadas

Artículo 23. Ubicación. Se podrá instalar sobre fachada, elementos distintos o adicionales de los que adornan la fachada y podrán estar compuesta por logos, letras, imágenes, entre otras y se podrá emplear cualquier técnica de producción artística, gráfica o similar, así como cualquier material, disposición u orientación.

a. Podrán ocupar hasta el treinta por ciento (30%) del área hábil, la cual deberá corresponder al piso de la edificación en el que funciona el establecimiento, sin que éste cubra u obstaculice las puertas de acceso o salidas de emergencias.

b. Para instalar publicidad exterior visual sobre fachadas deberá garantizar habitabilidad teniendo en cuenta ventilación e iluminación natural, al tenor de lo previsto en el Decreto 555 de 2021 la que lo modifique o sustituya.

c. En caso que la fachada de la edificación a instalar la publicidad sea un Bien de Interés Cultural, Bienes Patrimoniales, Sectores de Interés Cultural del Distrito Capital o Nacional y áreas de protección del entorno patrimonial, deberá de manera previa a la instalación y solicitud del registro, contar con el Concepto de viabilidad o visto bueno expedido por el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural -IDPC, Ministerio de Cultura o la autoridad que haga sus veces.

d. Podrá emplear cualquier técnica de producción artística, gráfica o similar, así como cualquier material, disposición u orientación para la identificación del establecimiento comercial.

Artículo 24. Prohibiciones para publicidad en fachada. No se permite la instalación de publicidad en fachada bajo las siguientes condiciones:

Cuando el elemento publicitario emplee iluminación y colinden con edificaciones en zonas residenciales netas, la penetración lumínica no podrá estar a igual altura o por debajo de la cubierta de cualquier inmueble vecino a una distancia de ochenta metros (80). No se pueden usar materiales reflectivos.

Artículo 25. Publicidad exterior visual en fachada para venta y alquiler de inmuebles. Se podrá instalar publicidad exterior visual de arrendamiento, alquiler de vivienda, venta de inmuebles, lotes u otros bienes raíces fijados por inmobiliarias y particulares sobre las fachadas o ventanas de los inmuebles.

Artículo 26. Condiciones de instalación de publicidad separado de fachada. La publicidad separada de fachada deberá reunir las siguientes características:

a. Podrán hacer uso de este elemento las Estaciones de Servicio (EDS) y establecimientos con área superior a dos mil quinientos metros cuadrados (2500m²) de área libre o espacio de cesión.

b. La altura máxima permitida será de quince metros (15m) contados desde el nivel del piso hasta el punto más alto de la estructura que lo soporta y el área publicitaria en ambas orientaciones visuales podrá ser, de hasta ocho (8) metros cuadrados, para cada cara.

c. Para estaciones de servicios, el aviso separado de fachada será máximo de hasta ocho (8) metros cuadrados.

d. Podrán hacer uso de innovación tecnológica

e. El aviso separado de fachada podrá ser utilizado por terceros que, no tengan otra área sobre fachada para instalar publicidad exterior visual.

f. En todo caso, el propietario 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 que solicite la autoridad competente.

g. La responsabilidad sobre la estabilidad estructural del elemento es del propietario, constructor y del ingeniero o arquitecto que realice los estudios. La autoridad competente evalúa o aprueba los diseños.

Capítulo VII. Jardines Verticales

Artículo 27. Condiciones para la instalación de publicidad exterior visual en jardines verticales. Se podrá instalar publicidad exterior visual en jardines verticales de cuyo tamaño mínimo será de 10 m² y el máximo de 500 m², en obras públicas o privadas, integrando adecuadamente flora y diseño urbano.

Toda instalación de publicidad en jardines verticales deberá contar con autorización expresa de la autoridad competente, verificando su adecuación a las normas establecidas.

Artículo 28. Restricciones. La publicidad instalada en jardines verticales deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1. No cubrir más del 30% de la superficie vegetal en publicidad exterior visual.
2. Utilizar materiales que no afecten el crecimiento o mantenimiento del jardín.
3. Integrarse visualmente con el diseño del jardín, preservando su impacto ambiental.

Artículo 29. Responsabilidad del mantenimiento. El propietario del jardín vertical es responsable del mantenimiento y conservación tanto de la instalación publicitaria como de la vegetación, asegurando que la publicidad no afecte el crecimiento de las plantas ni el ecosistema creado.

Capítulo VIII. Mapping

Artículo 30. Condiciones para el uso de Mapping. La realización de Mapping en edificios públicos o privados deberá contar con autorización temporal previa de la autoridad competente, quien evaluará la idoneidad del proyecto en cuanto a seguridad, preservación patrimonial, y normativas ambientales y urbanísticas. Se deberá contar con la autorización del propietario del predio, sea público o privado.

Artículo 31. Autorización. La realización de mapping en espacios públicos o privados deberá contar con autorización temporal previa de la autoridad competente, quien evaluará la idoneidad del proyecto en cuanto a seguridad, preservación patrimonial, y normativas ambientales y urbanísticas.

Artículo 32. Requisitos técnicos. Las proyecciones deben cumplir con los siguientes requisitos:

1. Uso de tecnología que garantice baja emisión de calor y energía.
2. No emitir sonidos, excepción de los sonidos ambientales
3. Control de intensidad lumínica para evitar deslumbramiento o afectación de la visibilidad en zonas adyacentes.
4. La proyección no debe alterar ni dañar la estructura sobre la que se realiza.
5. La proyección sólo se podrá realizar, en cuanto a vías, en las secundarias A4, A5 y A6.

Artículo 33. Restricciones. Se establecen las siguientes restricciones para hacer Mapping

1. No se permitirá el Mapping en zonas exclusivamente residenciales a partir de las 10:00 p.m.
2. Queda prohibida la proyección sobre edificios patrimoniales sin autorización expresa del ente de preservación cultural.
3. El Mapping deberá integrarse armónicamente con el entorno y no podrá generar saturación visual ni lumínica excesiva.
4. Para los eventos masivos se deberá cumplir con las normas que para su realización determine la autoridad competente.

Capítulo IX. Pasacalles o pasavías

Artículo 34. Condiciones para la instalación de pasacalles o pasa vías. Se deberán instalar pasacalles o pasavías bajo las siguientes condiciones:

- a. Ser elaborados en tela, banner o materiales similares, que sean resistentes a la intemperie.

- b. Los pasacalles deberán ser de ochenta centímetros (80 cm) de alto por cinco metros (5.0m) de ancho y entre uno y otro debe existir una distancia mínima de trescientos metros (300m) medidos en forma lineal sobre el sentido vehicular.
- c. El borde inferior del elemento deberá estar a una altura mínima de cinco metros (5.0 m), contados a partir del nivel de la vía.
- d. Deberán ser instalados en los postes de mobiliario urbano y puentes peatonales.
- e. El contenido de la publicidad exterior visual debe tener fines netamente informativos.
- f. El diseño de los pasacalles o pasavías debe tener una imagen fija y un texto de mensajes breves, de carácter argumental y de lectura instantánea.
- g. Su contenido debe obedecer a parámetros de diseño gráfico que permitan tener visibilidades media y cercana, orientadas principalmente al peatón, para que su instalación no ponga en peligro la seguridad vial de los ciudadanos.

Capítulo X. Pendones

Artículo 35. Condiciones para la instalación de Pendones. Los pendones deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- 1. Deberán informar, su instalación, a la autoridad competente.
- 2. Se podrán permitir, con carácter temporal, para anunciar el desarrollo de eventos culturales, cívicos, educativos, artísticos y deportivos.
- 3. Podrán instalarse dentro de las setenta y dos (72) horas anteriores al comienzo del evento, o una vez iniciado el mismo y podrán permanecer instalados por el tiempo de duración del evento que se anuncia.
- 4. No podrán contener mensajes comerciales o de patrocinador en un área superior al veinte por ciento (25%) del tamaño total del pendón.
- 5. En todos los casos, los pendones deberán guardar una distancia mínima de cien metros (100 mts) entre sí.
- 6. Los pendones estarán elaborados en tela o similares.
- 7. Solamente podrán estar colocados en los postes de alumbrado público que se encuentren adecuados para su porte o en estructuras fijas instaladas y autorizadas por el Distrito para tal fin.
- 8. En ningún caso podrán obstaculizar el flujo en el espacio público, ni la visibilidad de peatones y conductores.

Artículo 36. Prohibiciones para la instalación de pendones. No se podrán instalar pendones bajo las siguientes condiciones:

- 1. Ubicarlos en botes de basura, bancas, módulos, o cualquier otro elemento del mobiliario urbano, salvo los establecidos en el presente Acuerdo.
- 2. Que sean sostenidos, usados o portados por personas que se ubiquen o transiten por el espacio público.
- 3. Instalarlos sujetos a árboles, arbustos y demás especies vivas, en caso que esto suceda y se demuestre un daño ambiental, el infractor podrá ser cobijado adicionalmente a las sanciones establecidas, con las sanciones ambientales reguladas por la Ley 1333 de 2009.
- 4. Que anuncien información diferente a una actividad o evento de carácter cultural, cívico, artístico, educativo o deportivo. No podrá hacer alusión a publicidad comercial, marca, producto o servicio alguno, a excepción de la comunicación relativa al patrocinador del evento, que sólo podrá ocupar un 25% del área total del elemento.

Artículo 37. Retiro o desmonte. Los pendones autorizados deberán ser desmontados por quien adelantó el trámite dentro de las veinticuatro (24) horas siguientes a la terminación del evento o actividad, so pena de aplicar la sanción especial establecida en el Artículo 35 de la Ley 1801 de 2016.

Parágrafo 1. Los pendones que incumplan este Acuerdo y las normas vigentes sobre publicidad exterior visual serán retirados por la autoridad competente, sin que deba mediar requerimiento previo al responsable del

elemento, quien se hará acreedor a las sanciones correspondientes y deberá asumir el costo del desmonte realizado por estas autoridades conforme a sus competencias policivas.

Capítulo XI. Mobiliario urbano

Artículo 38. Condiciones para la publicidad en mobiliario urbano de la ciudad. La instalación de mobiliario urbano estará sujeta a las siguientes condiciones:

- a. Se podrá instalar avisos o publicidad en mobiliario urbano, tales como cajeros, kioscos, pedestales, paraderos, estaciones de cabeceras, portales, intermedias y sencillas, escaleras, puentes, máquinas dispensadoras y demás elementos susceptibles de explotación comercial, en la parte frontal del elemento y en sus costados.
- b. Los paneles que se ubiquen en la parte exterior adosada a la infraestructura del sistema no pueden superar un área del treinta por ciento (30%) de la fachada o cara de cada costado.
- c. Podrán hacer uso de innovación tecnológica.
- d. En ningún caso se medirá distancia entre los elementos de publicidad exterior visual y los elementos de mobiliario urbano.

Capítulo XII. Murales

Artículo 39. Condiciones para la instalación de mural con pauta comercial. La instalación de mural con pauta comercial estará sujeta a las siguientes condiciones:

- a. Podrán ser ubicados en fachadas, muros de cerramiento y culatas, siempre y cuando cuente con permiso previo y escrito del propietario o copropiedad del inmueble.
- b. Tendrá derecho a hacer anuncios publicitarios en un área máxima del treinta por ciento (30%) sobre la misma superficie.
- c. Podrán hacer uso del mobiliario urbano siempre y cuando cuente con la autorización del administrador del Espacio Público.
- d. Si es un inmueble o zona determinada de Interés Cultural se deberá contar previamente con el concepto favorable del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural - IDPC o en su defecto por el Ministerio de Cultura.
- e. El mural con pauta comercial debe realizar el registro ante la Secretaría Distrital de Ambiente.

Artículo 40. Prohibiciones para la instalación de mural con pauta comercial. No podrá instalarse murales con pauta comercial bajo las siguientes condiciones:

- a. No se podrán realizar murales con pauta comercial en las superficies naturales.
- b. En superficies de los elementos que conforman el Subsistema Vial de la ciudad, tales como: el pavimento de las calzadas destinadas al tránsito de vehículos automotores y el pavimento de la franja de circulación peatonal y espacios para el tránsito peatonal.
- c. En los equipamientos, mobiliario y señalización de los sistemas de transporte público de la ciudad.
- d. No podrán instalarse murales artísticos con patrocinio publicitario, en predios e inmuebles en donde se encuentren ubicadas vallas tubulares.
- e. Los murales no contendrán palabras (en ningún idioma), símbolos o representaciones que sean obscenas, ofensivas, de naturaleza política o despectivas.
- f. No se podrá autorizar mural comercial en 80 metros lineales de una valla con el respectivo registro o su prórroga. En todo caso debe prevalecer el registro más antiguo.

Capítulo XIII. Vallas

Artículo 41. Condiciones para la instalación de vallas tubulares. Todo elemento de publicidad exterior visual de tipo tubular 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 3/8" o 9.5 mm. a 90 cm de la parrilla hacia arriba y 90 cm de la parte superior hacia abajo de la parrilla permita el anclaje para las adecuadas exigencias según lo dispuesto en la Resolución 1409 del 2012 "por la cual se establece el Reglamento de Seguridad para protección contra caídas en trabajo en alturas", 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 o la norma que lo adicione, modifique o sustituya.

En todo caso, el propietario del elemento publicitario asumirá los riesgos eventuales derivados de la instalación del elemento y sus medidas de seguridad, mediante la constitución de la póliza generada con el registro.

La estructura portante deberá acoger las normas técnicas de sismo resistencia NSR 10, o la norma que la adicione, modifique y sustituya.

Artículo 42. Condiciones de instalación de vallas. La instalación de vallas en el Distrito Capital se sujetará a las siguientes reglas:

- a. Antes de su instalación deberán contar con registro previo vigente otorgado por la autoridad competente.
- b. No podrán ubicarse en espacio público incluyendo antejardines, fachadas, culatas y cubiertas de los inmuebles.
- c. La distancia mínima entre vallas que anuncian en un mismo costado y sentido vial será de ciento sesenta metros (160m) en vías tipo A-0 y A-1, A-2.
- d. El área de la valla no podrá tener más de cuarenta y ocho (48) metros cuadrados, incluyendo troqueles sin sobresalir de los linderos del inmueble, ni invadir espacio aéreo del predio colindante a excepción que se obtenga la autorización de dicho predio colindante.
- e. Las vallas no podrán utilizar pintura ni materiales reflectivos.
- f. Cada estructura podrá soportar máximo dos (2) caras de publicidad.
- g. El responsable de la valla deberá instalar una placa adicional, que de manera visible y legible para el peatón incluya el número del acto administrativo por el cual se otorgó el registro con año de expedición emitido por la autoridad competente. En la misma, se debe incluir, de forma visible y legible, el nombre o razón social del propietario de la estructura.
- h. Una vez notificado el registro, el propietario del elemento tendrá un plazo de 45 días para que realice su instalación, so pena de entender desistido el registro.
- i. Las vallas podrán ser iluminadas interior o exteriormente, siempre y cuando no afecten residencias. En todo caso, el propietario de la valla deberá observar y cumplir los requisitos establecidos en las leyes 142 y 143 de 1994 o aquellas que reglamenten, modifiquen o sustituyan.
- j. Las vallas no podrán invadir espacio aéreo del predio vecino, salvo que se cuente con autorización del propietario. Por tal motivo deberán estar ubicadas dentro de los predios a partir de la línea de construcción y no podrán sobresalir sobre los costados de los inmuebles, los predios colindantes, ni sobre el espacio público.
- k. Las vallas no deben sobresalir a través de la cubierta rígida de la edificación, deberán observar un aislamiento mínimo de un (1) metros entre el punto más bajo de la valla y el punto más alto de aquella.
- l. Cuando se emplee iluminación directa al elemento de publicidad, el nivel directo será de hasta seiscientos (600) luxes, siempre que su reflejo no exceda de cincuenta (50) luxes.
- m. La iluminación con luz artificial nocturna, así como el uso de pantallas, tendrá horario de funcionamiento desde 6:00 am hasta las 11:00 pm, su uso fuera de este horario se entenderá como un cambio en las condiciones autorizadas. Después de las 6:00 pm se deberá garantizar una atenuación equivalente al ochenta por ciento (80%) de la potencia de iluminación., para el caso de pantallas led.
- n. La altura máxima la valla medida desde la calzada al punto más alto de la estructura del elemento, no puede exceder veinticuatro (24) metros
- o. Cuando se haga empleo de luz artificial en el elemento publicitario y su ubicación colinda con predios residenciales deberá allegar estudios técnicos que permitan evidenciar la eficacia de los sistemas que mitiguen la posible afectación lumínica a estos.

Parágrafo 1. Si la estructura no cuenta con algún anuncio igualmente se considera como un elemento de publicidad instalado y será objeto de seguimiento, control y sanción.

Parágrafo 2. Las vallas publicitarias en el Distrito Capital deberán ubicarse en los inmuebles que tipo de malla arterial, correspondientes a tipo de vías A-0, A-1 y A-2, siempre que dicha vía en el lugar de ubicación de la valla cuente con un ancho mínimo de cuarenta (40) metros. En zonas residenciales netas no podrán instalarse vallas.

Parágrafo 3. Podrán hacer uso de innovación tecnológica.

Parágrafo 4. La instalación de cualquier estructura adicional en la estructura del elemento, diferente a la publicidad instalada, se considera una modificación del registro, por lo que se deberá informar a la autoridad competente remitiendo el respectivo concepto técnico frente a la viabilidad de instalar equipos accesorios y modificar la póliza.

La responsabilidad sobre la estabilidad estructural de la valla es del propietario y del ingeniero o arquitecto que realice los estudios.

Parágrafo 5. Para el montaje de producciones especiales donde se modifique la geometría del área hábil de publicidad, los esfuerzos que esta genere no podrán superar los aprobados inicialmente. Para dicho montaje y desmonte se deberá informar previamente, a la autoridad competente. Para el monje se deberá aportar certificación de ingeniero estructural que valide lo anterior. Esta implementación especial no implica cambios en las condiciones del registro.

De igual manera, el Propietario de la estructura deberá informar a la autoridad competente la acción de desmonte de la producción especial y la reinstalación los paneles publicitarios y/o los soportes en las condiciones aprobadas en el registro.

Artículo 43. Prohibiciones para la instalación de publicidad en vallas tubulares. Sin perjuicio de las prohibiciones generales contenidas en el presente acuerdo, se prohíbe la instalación de elementos de publicidad exterior visual tipo valla publicitaria en los siguientes lugares:

- a. Sobre las cubiertas de las edificaciones o adosadas a las fachadas o culatas de estas o ubicadas en antejardines.
- b. Dentro del área de afectación de las subestaciones eléctricas, los transformadores de luz y las franjas de terreno de protección de líneas de alta tensión.
- c. Dentro de los doscientos metros (200m) de distancia contados a partir del monumento, de los bienes declarados monumentos nacionales, según lo dispuesto en el literal b del Artículo 3° de la Ley 140 de 1994 o en aquella que le modifique o sustituya.
- d. En inmuebles de interés cultural y conservación arquitectónica, salvo cuando se obtenga el permiso respectivo por autoridad competente.

Capítulo XIV Vallas Convencionales

Artículo 44. Condiciones para instalación de Valla convencional. Se podrán instalar vallas convencionales en vías A0, A1 y A2, con una altura máxima de siete (7) metros contados, en línea recta, desde la calzada hacia arriba hasta la parte más alta de la valla.

El área hábil de publicidad no podrá superar los 48 m2 de área publicitaria. Pueden tener dos caras opuestas.

Artículo 45. Requisitos de instalación. Para la instalación de la valla convencional se cumplirán los mismos requisitos que para la instalación de la valla tubular en lo que no se opongan con la naturaleza del elemento.

Capítulo XV. Vallas de obra para proyecto inmobiliario

Artículo 46. Condiciones de instalación. La instalación de vallas de obra para proyecto inmobiliario se sujetará a las siguientes reglas:

- a. El proyecto inmobiliario podrá tener hasta dos (2) elementos publicitarios tipo valla con estructura convencional o tubular el cual podrá instalar con la radicación de la licencia de construcción ante la entidad competente, siempre y cuando no estén en un mismo sentido y costado vehicular.
- b. En todo caso deberá iniciar los trámites de registro del elemento publicitario ante la autoridad competente de forma previa a su instalación.
- c. Se debe instalar dentro del mismo predio en cual se lleve a cabo la obra y deberán retirarse dentro de los quince (15) días siguientes a la finalización de la obra.
- e. El área de la valla en ningún caso podrá superar cuarenta y ocho (48) metros cuadrados, en las vías A0, A1 y A2. Para las demás vías no podrá superar treinta y dos (32) metros cuadrados.
- f. El contenido del arte de la valla no podrá contener pauta a terceros y deberá ser exclusiva para el proyecto inmobiliario al cual corresponda.
- g. En todo caso, el propietario 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.

Capítulo XVI. Vallas institucionales

Artículo 47. Condiciones de instalación de Las vallas institucionales. Se podrán instalarse en las siguientes condiciones:

- a. El elemento no podrá superar los dieciocho metros cuadrados (18m²).
- b. Podrá emplear innovación tecnológica.
- c. Cuando la ejecución de las obras públicas se adelante en espacio público, podrán hacer uso del cerramiento de obra para instalar la valla institucional.

Parágrafo 1. Al considerarse que es información netamente institucional no es considerada publicidad exterior visual, por lo tanto, no es sujeto de registro.

Capítulo XVII. Vitrinas

Artículo 48. Condiciones para la instalación de vitrinas para establecimientos comerciales. La instalación de vitrinas para establecimientos comerciales estará sujeta a las siguientes reglas:

- a. Debe hacer parte del treinta por ciento (30%) del área habilitada de la fachada.
- b. Podrá hacer uso de innovación tecnológica.
- c. Puede tener publicidad en movimiento siempre que no esté sobre vías A0, A1 y A2 o en zona netamente residenciales.
- d. El contenido, productos y/o servicios que se pretendan exponer en la vitrina deben corresponder a la actividad económica que se desarrolle en el establecimiento.
- e. No es objeto de registro ante la entidad competente

Parágrafo 1. En todo caso, los establecimientos de comercio podrán utilizar sus vitrinas para la promoción de productos, bienes o servicios, siempre que estén retirados del material traslucido por lo menos 30 cm. Esta área se contabiliza dentro del porcentaje a que tienen derecho para el aviso.

Artículo 49. Condiciones para la instalación de vitrinas para pauta comercial. Estará sujeta la instalación de vitrinas para pauta comercial para exhibición de publicidad exterior visual y actividades complementarias en las siguientes condiciones:

- a. El espacio confinado destinado para la vitrina no podrá ser inferior a ocho metros cuadrados (8m²).
- b. Podrá usar innovación tecnológica.
- c. Podrán instalarse en edificaciones que se encuentren sobre tipo de malla vial arterial e intermedia.
- d. La distancia mínima entre las vitrinas para pauta comercial ubicadas en tipos de vías A0, A1, A2 para que anuncien en un mismo costado y sentido vial será de ciento sesenta metros (160m).
- e. Las vitrinas para pauta comercial instaladas en tipo de vías A3, I4, I5 e I6, no requieren guardar distancia entre sí.
- f. Las vitrinas podrán ser iluminadas interior o exteriormente, siempre y cuando no afecten residencias ni generen servidumbres de luz.
- g. Las vitrinas no deben sobresalir del perfil de la edificación.
- h. Cuando se emplee iluminación directa al elemento de publicidad, el nivel directo será de hasta seiscientos (600) luxes, siempre que su reflejo no exceda de cincuenta (50) luxes, en un horario desde las 6:00 a.m. hasta máximo 11:00 p.m.
- i. Puede tener publicidad en movimiento siempre que no esté sobre vías A0, A1 y A2 o en zona netamente residenciales.
- j. Cuando se haga empleo de luz artificial en el elemento publicitario y su ubicación colinda con predios residenciales deberá allegar estudios técnicos que permitan evidenciar la eficacia de los sistemas que mitiguen la posible afectación lumínica a estos.
- k. Antes de su instalación deberán contar con radicación ante la autoridad competente.

Artículo 50. Condiciones para la instalación de vitrinas itinerantes. Se podrán instalar vitrinas itinerantes en espacio público para publicidad exterior visual y actividades complementarias, sin ser taxativo, parques, plazoletas, andenes, zonas peatonales, sin que obstaculice la circulación peatonal.

Parágrafo 1. Para la instalación se deberá radicar solicitud ante la autoridad competente sin que sea necesario esperar autorización. La duración de la vitrina en un mismo espacio no podrá superar los sesenta (60) días.

Parágrafo 2. La vitrina podrá tener un área máxima de seis (6) de frente por tres (3) metros de alto por dos (2) metros de profundidad.

Parágrafo 3. Las vitrinas podrán ser iluminadas interior o exteriormente, siempre y cuando no afecten residencias. La iluminación podrá ser desde las 6:00 a.m. hasta las 11:00 p.m.

Capítulo XVIII. Vehículos de servicio público de transporte de pasajero individual y masivo

Artículo 51. Condiciones para la instalación de Publicidad en Transporte Público Individual y Especial. deberá reunir las siguientes condiciones:

- a. Previo a su instalación deberá avisar a la autoridad competente.
- b. Sólo se permitirá la fijación de publicidad exterior visual mediante la instalación de avisos en el techo. En todo caso no podrá superar una altura de sesenta (60) centímetros, ni superar el 50% del área respectiva.
- c. No podrán obstaculizar la visión a través de los espejos laterales.
- d. Podrán hacer uso de innovación tecnológica sin publicidad en movimiento.
- e. Únicamente se podrá instalar publicidad exterior visual en los vehículos homologados por el Ministerio de Transporte.

Artículo 52. Condiciones para la instalación de publicidad en vehículos automotores de transporte masivo. Se podrá instalar publicidad exterior visual en los vehículos del sistema de transporte masivo de pasajeros bajo las siguientes condiciones:

- a. Se podrá hacer uso de publicidad exterior visual de un elemento fijo o instalado, adherido o pintado sobre la superficie exterior de los vehículos para el servicio público de transporte masivo, siempre que no contravengan las normas de tránsito.
- b. Se podrá instalar publicidad en los costados laterales siempre que exista autorización de la autoridad competente.
- c. En todos los casos la publicidad se fijará o se instalará de tal forma que no obstaculice los elementos distintivos exigidos para esta clase de vehículos.
- d. Se podrá instalar avisos con innovación tecnológica.
- e. No podrán tener publicidad en movimiento.
- f. No podrán obstaculizar la visión a través de los espejos laterales.
- g. Deberán contar con registro previo ante la autoridad competente.
- h. Únicamente se podrá instalar publicidad exterior visual en los vehículos homologados, para esta clase de transporte, por el Ministerio de Transporte.

Artículo 53. Condiciones para la instalación de publicidad plataforma exclusiva para porte de publicidad. Este elemento de publicidad móvil deberá ajustarse a los siguientes parámetros:

- a. El anuncio deberá tener una dimensión máxima de doce (12) metros cuadrados. Cada cara lateral de la valla podrá contener seis (6) metros cuadrados de publicidad.
- b. Podrá tener publicidad a dos caras, las cuales podrán estar iluminadas.
- c. Cuando el vehículo esté en movimiento, no se pueden portar pasajeros en la plataforma, ni hacer uso de equipos que generen ruido, a excepción de aquellos considerados como eventos institucionales de carácter cívico y cultural que lleve a cabo la Administración Distrital.
- d. No se permitirá equipos sonoros para la transmisión de sonidos con altoparlantes o amplificadores en los elementos de publicidad móvil para ningún tipo de evento en zonas o vías públicas, a ninguna hora, a excepción de aquellos considerados como eventos institucionales de carácter cívico y cultural que lleve a cabo la Administración Distrital.
- e. En el caso de funcionar durante la noche, deberán mantener en todo momento las luces de parqueo encendidas.

f. los vehículos con plataforma exclusiva para el porte de publicidad, no podrán exceder los límites de velocidad permitidas dentro del perímetro urbano.

g. No podrá tener publicidad en movimiento

Artículo 54. Prohibiciones comunes para la instalación de publicidad en vehículos. No está permitido instalar publicidad en vehículos bajo las siguientes condiciones:

a. En ningún caso la publicidad exterior visual podrá cubrir el área de las llantas, ni de los accesorios mecánicos del vehículo o salidas de emergencia.

b. Por ningún motivo podrá instalarse publicidad exterior visual que obstaculice la visibilidad de las placas de identificación del vehículo o que induzca a error en su lectura.

c. Se prohíbe instalar publicidad exterior visual con movimiento en los vehículos automotores.

d. Se prohíbe la publicidad sobre el vidrio panorámico o parabrisas y parte trasero de los vehículos, excepto los distintivos institucionales.

Capítulo XIX. Otras formas de publicidad exterior visual

Artículo 55. Condiciones para realizar de publicidad aérea. Se permite el uso de publicidad exterior visual en elementos tipo globos libres, globos aerostáticos y dirigibles, así como aeronaves tripuladas y no tripuladas con publicidad de arrastre, proyecciones y similares.

En ningún caso se podrá arrojar objetos publicitarios o información alguna desde naves en vuelo sobre el Distrito Capital. Esta debe registrarse ante autoridad competente y de conformidad a las normas y condiciones establecidas por la Aeronáutica Civil.

Artículo 56. Globos anclados y elementos inflables o Dummys. La publicidad en globos anclados y elementos inflables deberá cumplir las siguientes características:

a. Deberán ser fabricados en materiales de alta resistencia para evitar deterioro por su exposición a la intemperie.

b. El área de cada elemento tendrá un porcentaje máximo para los mensajes publicitarios de los socios y/o patrocinadores que corresponderá al treinta por ciento (30%) de su área total.

c. Se deben instalar en zonas abiertas.

d. Deberán contar con la autorización del contenido de publicidad exterior visual emitido por parte de la Secretaría Distrital de Ambiente.

e. Podrán contar con una exposición de máximo de setenta y dos (72) horas

f. Deberán ubicarse a una distancia mínima entre uno y otro de cien metros (100m).

g. Deberá acogerse a cumplir las condiciones previstas por la Aeronáutica Civil en lo de su competencia.

Artículo 57. Publicidad con aeronaves tripuladas y no tripuladas. En estos eventos se deberá cumplir con las condiciones previstas por la Aeronáutica Civil en lo de su competencia.

Artículo 58. Colombinas. La publicidad en colombinas deberá cumplir las siguientes características:

a. El elemento de publicidad exterior visual no podrá superar un largo máximo de dos metros (2m) contados desde la base o sitio de instalación.

b. Deberán contar con la autorización por parte de la Secretaría Distrital de Ambiente.

c. Podrán contar con una exposición de máximo setenta y dos (72) horas.

d. El elemento no deberá obstaculizar en ninguna de sus formas el paso peatonal y vehicular.

Artículo 59. Campaña institucional. Es una estrategia de comunicación llevada a cabo por entes gubernamentales, en la cual su objetivo principal es promover una causa, mensaje o una iniciativa que esté alineada con la misión, los valores de la institución, promocionar programas o servicios específicos de la institución. Podrá ser instalada en una tipología de publicidad exterior visual adicional a la mencionada en el presente acuerdo.

Artículo 60. Campaña institucional con pauta. Es una estrategia de comunicación llevada a cabo por entes gubernamentales, en la cual su objetivo principal es promover una causa, mensaje o una iniciativa que esté alineada con la misión, los valores de la institución, promocionar programas o servicios específicos de la

institución, y esta cumplirá los requisitos previstos para cada elemento de publicidad previstos en este Acuerdo.

Artículo 61. Condiciones para la instalación de publicidad para campañas institucionales con pauta.

La publicidad para campañas institucionales deberá cumplir las siguientes características:

- a. Deberá contar con la autorización correspondiente emitida por parte de la Secretaría Distrital de Ambiente.
- b. Podrán hacer uso de innovación tecnológica.
- c. La instalación del elemento no podrá ser superior a la duración de la campaña.

Artículo 62. Otros elementos publicitarios. Se podrá hacer uso de otros elementos publicitarios con o sin innovación tecnológica, previa aprobación por parte de la autoridad competente que tenga a cargo la administración del espacio público donde se vaya a instalar el elemento.

Capítulo XX. Espacio Público

Artículo 63. Condiciones para publicidad exterior visual en espacio público. Podrá hacerse uso de publicidad exterior visual en espacio público, siempre y cuando ésta se instale en los elementos y condiciones autorizadas para tal fin.

Capítulo XXI. Sistema público de transporte masivo de pasajeros de Bogotá.

Artículo 64. Condiciones técnicas para la ubicación de la publicidad exterior visual en vehículos e infraestructura que integren el Sistema de transporte masivo de pasajeros de Bogotá. Para efectos del presente acuerdo se entiende que la ubicación de la publicidad exterior visual en los vehículos del Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá D.C., deberá dar cumplimiento a las siguientes consideraciones técnicas:

- a. Se podrá emplear los elementos instalados sobre la infraestructura del sistema y en los vehículos para pauta comercial con el objeto de fortalecer las estrategias de financiamiento del Sistema.
- b. Se podrá instalar publicidad exterior visual en la infraestructura del sistema.
- c. Para la instalación de publicidad exterior visual en la infraestructura del sistema deberán emplear los elementos habilitados, así como, atender los lineamientos técnicos definidos en el presente acuerdo.
- d. Deberán cumplir con las condiciones generales establecidas para el uso de publicidad exterior visual en vehículos definidas en el presente acuerdo.
- e. Las campañas institucionales transitorias y/o información operacional del Sistema de Transporte de Bogotá D.C. para el usuario no será considerada en ningún caso como publicidad.
- f. En las campañas comerciales se destinará el diez por ciento (10%) del total de la publicidad para campañas institucionales del Sistema y del Distrito, excepto que se trate de concesiones, app o similares, se regulará por lo establecido en el respectivo contrato.
- g. Deberán cumplir los estándares de seguridad adoptados en las normas técnicas establecidas por el Ministerio de Transporte y demás que sean competentes.
- h. Podrán hacer uso de innovación tecnológica.

Artículo 65. Prohibiciones para la instalación de publicidad en vehículos del Sistema masivo de pasajeros de Bogotá D.C. No está permitido instalar publicidad en vehículos del Sistema masivo de pasajeros bajo las siguientes condiciones:

- a. Exceder el área permitida.
- b. Realizar cualquier tipo de publicidad o patrocinio relacionado con el tabaco, sus derivados y su consumo, prohibiciones enmarcadas en la Ley 1335 del 21 de julio de 2009.
- c. La publicidad o patrocinio esté relacionado con la desintegración familiar, maltrato infantil y drogadicción o demás conductas que atenten contra la dignidad humana.
- d. Promocionar cualquier tipo de publicidad o patrocinio que desestime el uso del Sistema de Transporte Masivo de Bogotá D.C.
- e. Promocionar cualquier tipo de publicidad o patrocinio relacionado con bebidas con contenido alcohólico, de conformidad con la Ley 124 de 1994.
- f. Difundir publicidad de contenido político o propaganda electoral.
- g. Generar confusión con la señalización y distracción al conductor del bus.

- h. Utilizar dispositivos sonoros o emitir sonidos.

Capítulo XXII. Sistemas de movilidad sostenible

Artículo 66. Condiciones técnicas para la ubicación de la publicidad exterior visual en vehículos de movilidad individual, sus accesorios y elementos del sistema. La ubicación de la publicidad exterior visual en los vehículos de movilidad individual, sus accesorios y los elementos constitutivos del sistema de será la prevista por la Secretaría Distrital de Movilidad.

- a. No pueden emplear publicidad en movimiento.
- b. Podrán emplear innovación tecnológica; sin embargo, la transición o el tiempo de cambio entre imágenes deberá ser mínimo de dos segundos, deberá ser progresiva y no debe causar sorpresa al conductor o alteraciones visuales como cambios repentinos de iluminación o intermitencias.
- c. Toda publicidad exterior visual en los vehículos, sus accesorios, y elementos destinados no pueden superar los ocho (8) metros cuadrados.

Capítulo XXIII - Publicidad exterior visual para eventos masivos

Artículo 67. Condiciones para la instalación de Publicidad Exterior Visual en eventos masivos. La colocación de publicidad exterior visual en eventos masivos deberá cumplir las siguientes características:

- a) Las personas naturales o jurídicas, distinto de los patrocinadores, que realicen publicidad exterior visual con ocasión de un evento, podrán instalar elementos publicitarios, quince (15) días calendario anteriores al desarrollo del evento y retirarla 24 horas después de la finalización del evento.
- b) Esta publicidad se podrá realizar en todos los elementos publicitarios atendiendo los requerimientos establecidos en el presente acuerdo.
- c) Los patrocinadores que deseen promocionar un evento masivo, no podrán destinar un área superior al diez por ciento (10%) del elemento publicitario para mencionar su nombre o marca.
- d) El patrocinador deberá desmontar, la publicidad exterior visual, referente al evento veinticuatro (24) horas después de la finalización del evento.

Capítulo XXIV. Proyección en gran formato

Artículo 68. Condiciones para la instalación de proyección en gran formato. La Publicidad Exterior Visual en proyecciones de gran formato deberá sujetarse a las siguientes condiciones:

- a. Deberá realizarse sobre superficies reales de edificaciones que tengan como mínimo doscientos metros cuadrados (200m²) de área.
- b. La proyección de imágenes deberá contar con un intervalo de cambio o transición de mínimo de cinco (5) segundos entre cada una.
- c. Deberá contar con la previa autorización del administrador o propietario del predio.
- d. Para los predios que sean considerados bienes de interés cultural, deberá contar con el concepto previo emitido por el Instituto Distrital de Patrimonio y Cultural - IDPC.
- e. Deberá contar la autorización respectiva emitida por parte de la autoridad competente.
- f. Las proyecciones se podrán realizar en el horario comprendido entre las 6:00 pm hasta las 11:00 pm, de manera que se atenúe el impacto en el entorno y así propender por un ambiente visual adecuado. En caso de proyectar en un horario diferente al estipulado se entenderá como un cambio en las condiciones autorizadas.
- g. Su finalidad será pautar mensajes temporales ya sean comerciales, institucionales, culturales, cívicos o similares
- h. Podrá ser complementaria a los otros elementos habilitados.
- i. La vigencia de la autorización será durante el tiempo de la campaña.

Artículo 69. Prohibiciones para la instalación de proyección en gran formato. No se podrá realizar la proyección en gran formato bajo las siguientes condiciones:

- a. No se podrá hacer uso de las proyecciones visuales sin la autorización emitida por la autoridad competente.
- b. No se puede proyectar en las vías A0, A1 y A2 incluido un retroceso de veinte (20) metros del eje de la vía A0, A1, y A2.
- c. No se permitirá en ninguna de sus formas efectos sonoros en la proyección.

- d. No se permite obstaculizar el libre recorrido en el espacio público, la franja de circulación peatonal, vías vehiculares y semejantes.
- e. Las proyecciones no deberán generar servidumbres de luz sobre los inmuebles vecinos ni afectación luminosa a inmuebles residenciales netas cercanos.
- f. 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 o informativa.

Capítulo XXV- Innovación tecnológica

Artículo 70. Condiciones para la instalación de Innovación tecnológica. Los elementos de publicidad que puedan hacer uso de innovaciones tecnológicas e iluminación para intensificar o aumentar la exposición de los mensajes o pauta, podrán hacerlo bajo los siguientes parámetros:

- a. Podrá ser empleada en elementos todos los elementos de publicidad exterior visual.
- b. En la innovación tecnológica los mensajes, las imágenes y/o contenidos deberán ser estáticos, sin movimiento, a excepción de la publicidad en movimiento regulada en el presente acuerdo.
- c. La transición de la publicidad sin movimiento deberá ser progresiva y el tiempo de cambio deberá ser de mínimo dos (2) segundos.
- d. No podrán tener cambios en la intensidad de la luminosidad durante el periodo en que los mensajes están fijos.
- e. No podrán emitir sonido o ruido ni proyectar rayos de luz., a excepción de las proyecciones en gran formato que podrán tener sonido ambiental.
- f. Las imágenes no podrán producir deslumbramiento, ni inducir a la confusión con señales de tráfico.
- g. No podrá contener publicidad en movimiento si se encuentra ubicadas sobre tipo de malla arterial, en vías tipo A-0, A-1 y A-2.
- h. Deberá hacer uso de mecanismos de mitigación de impactos.

Capítulo XXVI. Publicidad en movimiento

Artículo 71. Condiciones para la instalación de publicidad en movimiento. Los elementos de publicidad que puedan hacer uso de publicidad en movimiento deberán hacerlo bajo los siguientes parámetros:

- a. El elemento de publicidad exterior visual en movimiento podrá tener dos (2) caras publicitarias siempre y cuando ninguno de estos tenga afectación visual sobre tipos de calle A0, A1 y A2, de tipo malla arterial.
- b. La distancia mínima entre elementos que tengan publicidad en movimiento es la establecida, en este acuerdo, para cada clase de elemento que la contenga.
- c. El horario en el que se puede hacer publicidad en movimiento es entre 6:00 a.m. hasta las 11:00 p.m.
- d. La regulación de la publicidad en movimiento será la del elemento que la contenga.

Parágrafo Único. Las proyecciones holográficas y en 3D. se consideran como publicidad en movimiento se regirán por las normas de dicha publicidad y la del elemento que la contenga.

TÍTULO III - Disposiciones Varias

Capítulo I - Sistema Integrado de Información de Publicidad Exterior Visual - SIPEV

Artículo 72. Definición. Entiéndase como SIPEV a la herramienta de acceso público que proporciona información de manera constante y detallada sobre el inventario de elementos de Publicidad Exterior Visual superiores a 8 m2 y las solicitudes de registro de esta clase de elementos. Su propósito principal es facilitar la toma de decisiones, realizar labores de control y seguimiento ambiental, fortalecer el control social y fomentar la participación ciudadana, como está previsto en la Ley 99 de 1993.

En este sistema de información se deberá respetar el habeas data y el modelo de negocio de cada empresa.

Artículo 73. Objetivo. El SIPEV tiene como objetivo principal garantizar que la información indispensable para la toma de decisiones esté continuamente actualizada, constituyendo una herramienta indispensable para realizar las labores de control y seguimiento ambiental, fortalecer el control social y la participación ciudadana prevista en la Ley 99 de 1993 y servir de fuente de información constante para la Administración Distrital.

Artículo 74. Implementación y Manejo del SIIPEV. Las siguientes entidades estarán encargadas de alimentar el SIIPEV, dentro del ámbito de sus competencias:

- a. Secretaría Distrital de Ambiente:
 - A. Lo relativo a los registros otorgados y sus modificaciones en desarrollo de sus funciones, los desmontes ordenados, las sanciones impuestas y las acciones populares en las que intervenga con fecha de notificación y ejecutoriedad del acto administrativo. De igual forma, las solicitudes radicadas, las autorizaciones previas, traslados y cesiones.
 - B. Informe trimestral de solicitudes de nuevos registros y sus vencimientos con fecha de notificación y ejecutoriedad, que deberá ser publicado con quince (15) días de anterioridad al primer vencimiento.
 - C. Informe técnico anual de lo realizado en la plataforma.
 - D. Información periódica sobre el recaudo y cobro de los impuestos respectivos de publicidad exterior visual.
 - E. Mantener actualizado, de forma semanal, el sistema de información que aquí se regula.
- b. Secretaría Distrital de Planeación:
 - A. Definición de diseños de elementos pertenecientes al mobiliario urbano e inclusión en la Cartilla del Mobiliario Urbano del Distrito Capital; así como la inclusión de nuevos elementos de oficio o a petición de parte, de forma genérica o para proyectos especiales.
 - B. Otras autoridades distritales

Capítulo II - Del registro de la publicidad exterior visual y demás temáticas

Artículo 75. Registro de la publicidad exterior visual. El particular interesado en instalar elementos de publicidad exterior con un área superior a 8 m², deberá realizar la solicitud de registro a más tardar 30 días hábiles antes de su instalación, término dentro del cual, la autoridad deberá llevar a cabo la correspondiente inscripción en el sistema de registro creado para el efecto.

Pasado este término, si no existe respuesta negativa o requerimiento alguno por parte de la Entidad, es viable la instalación del elemento, sin perjuicio de la orden posterior de la Administración de adecuarla o desmontarla si no cumple con las condiciones técnicas. En todo caso, la Entidad competente, deberá inscribir en el registro la solicitud, si no existe reparo legal frente al elemento.

El servidor público que tenga a cargo el trámite de la solicitud de registro y no se pronuncie en el plazo aquí establecido, será sujeto de investigación disciplinaria.

Parágrafo 1. El registro tendrá un número único que acompañará a la estructura desde la primera vigencia hasta el desmonte definitivo del elemento. Sobre dicho número único, la Entidad competente expedirá los actos administrativos a que haya lugar, bien sea por actualizaciones, prorrogas, traslados, cesiones, y demás modificaciones que deban ser registradas. Tendrá prelación la primera solicitud de registro.

Parágrafo 2. El registro de publicidad exterior visual de elementos se determinará según la naturaleza de cada elemento.

Parágrafo 3. Si pasados sesenta (60) días, posteriores al vencimiento del plazo para el pronunciamiento de la autoridad competente sobre el registro, el solicitante no instala el elemento solicitado, se entenderá el desistimiento tácito de la solicitud.

Parágrafo 4. La solicitud de registro no se podrá ceder, ni enajenar, ni donar, ni ninguna otra clase de disposición que implique cambio de solicitante. Esta prohibición se mantendrá hasta la instalación efectiva del elemento.

Artículo 76. Vigencia de los registros. El término de vigencia del registro publicidad exterior visual, a partir de su otorgamiento, es el siguiente:

- A. Aviso Separado de fachada. Por el término de cuatro (4) años, prorrogables por el mismo tiempo.
- B. Aviso divisible de fachada. Por el término de seis (6) años, prorrogables por el mismo tiempo.
- C. Aviso de identificación para establecimiento de cielo abierto: Por el término de cuatro (4) años, prorrogables por el mismo término.

- D. Aviso en el Canopy: Por el término de cuatro (4) años, prorrogables por el mismo término.
- E. Cerramiento. Por el término de cuatro (4) años, prorrogables por el mismo tiempo. Si es otra clase de cerramiento, por el término de un (1).
- F. Cubrimiento de obra. Por el término por el término que dure la obra,
- G. Fachadas. Por el término de seis (6) años el cual podrá ser renovado por un periodo igual, sin que medie desmonte del elemento publicitario ante una nueva solicitud de registro.
- H. Jardines verticales: Por el término de dos (2) años el cual podrá ser renovado por un periodo igual.
- I. Vallas. Por el término de seis (6) años el cual podrá ser renovado por un periodo igual, sin que medie desmonte del elemento publicitario ante una nueva solicitud de registro.
- J. Publicidad separada de fachada. Por el término de seis (6) años, prorrogables por el mismo tiempo.
- K. Vallas de obra. Mientras se encuentre vigente la respectiva licencia de construcción y quince (15) días más.
- L. Vallas institucionales. Tendrá como vigencia la duración del evento, campaña, obra, programa que pretende anunciar sin que supere el máximo permitido en el presente numeral.
- M. Vitrina con pauta comercial. Por el término de cinco (5) años, prorrogables por el mismo tiempo.
- N. Mural. Por el término de cinco (5) años, prorrogables por el mismo tiempo.
- O. Publicidad exterior visual instalada en mobiliario urbano. Para los elementos publicitarios tipo afiche, cartel y demás elementos que se instalen en mobiliario urbano para publicidad exterior visual el registro otorgado permanecerá vigente por el tiempo que se establezca para el efecto en el contrato de concesión.
- P. Publicidad en transporte público terrestre. Por el término de cinco (5) años, prorrogables por el mismo tiempo.
- Q. Avisos y Carteles. Por el termino de setenta y dos (72) horas.
- R. Globos anclados y elementos inflables. Podrán contar con una exposición de máximo de setenta y dos (72) horas o seis (6) meses fraccionados en periodos no mayores a doce (12) horas.
- S. Mapping. Por el término que dure el evento.
- T. Pendón, pasacalle o pasa vías. Podrán ser instalados por un tiempo entre setenta y dos (72) horas y noventa (90) horas máximo. Cuando estos elementos se instalen en los cerramientos de obra su temporalidad tendrá como tiempo máximo la duración de la obra y quince (15) días más. Para el desmonte se tiene un plazo de veinticuatro (24) horas.
- U. Globo. Setenta y dos (72) horas
- V. Elementos inflables o Dummys. (72) horas.
- W. Aeronaves no tripuladas. Por el término del evento siempre que cumpla con las autorizaciones de la Aeronáutica civil.
- X. Colombina. Podrán contar con una exposición de máximo setenta y dos (72) horas.
- Y. Proyección en gran formato: Por el término de un (1) año, prorrogable por un periodo igual.
- Z. Vitrinas itinerantes. Por el termino de sesenta (60) días.
- AA. Proyección de hologramas: Si es por evento, el tiempo que dure el evento.
- BB. Publicidad en vehículos. Por el término de un cinco (5) años

Parágrafo Único. En caso de realizar la renovación del registro, la misma deberá hacerse dentro de los treinta (30) días calendario previos al vencimiento del acto administrativo que se otorgó el registro.

Artículo 77. Modificaciones del registro otorgado. El responsable de la publicidad registrada deberá informar a la Secretaría Distrital de Ambiente o la autoridad que haga sus veces dentro de los quince (15) días anteriores el cambio o modificación de condiciones estructurales y de ubicación del elemento que a continuación se correlacionan:

a. Ubicación del elemento publicitario. Podrán ser trasladados los elementos que se encuentran registrados siempre y cuando cumplan con las condiciones previstas en el presente acuerdo y previo aviso de quince (15) días a la Secretaría Distrital de Ambiente o la autoridad que haga sus veces.

b. Cambio de responsable del registro. Podrán cederse los registros de publicidad exterior visual siempre y cuando se informe a la Secretaría Distrital de Ambiente o la autoridad que haga sus veces dicho acuerdo de voluntades.

c. Modificación del titular de dominio del inmueble donde se ubique la publicidad. Deberá informar a esta autoridad ambiental la modificación del titular del derecho real del dominio del inmueble cuando éste opere en registros otorgados.

d. Producciones especiales: Para el montaje de producciones especiales, en las que se modifiquen las condiciones estructurales aprobadas de la geometría del área de exposición, los esfuerzos que esta genere no podrán superar los aprobados inicialmente. Para dicho montaje se deberá informar, 10 días antes, a la Secretaría de Ambiente del Distrito y aportar certificación de ingeniero estructural que valide lo anterior. Esta implementación especial no implica cambios en las condiciones del registro.

De igual manera, el Propietario de la estructura deberá informar, a la Secretaría de Ambiente del Distrito, 10 días posteriores, a la acción de desmonte de la producción especial y la reinstalación los paneles publicitarios y/o los soportes en las condiciones aprobadas en el registro.

e. Cuando el responsable deba desmontar el elemento publicitario. El responsable, en caso de desmontar el elemento, deberá informar las causales que lo llevaron a dicho desmonte. Para ello, informará el cronograma del desmonte e instalación del elemento, dentro de los diez (10) días siguientes a la ocurrencia del hecho que origine el desmonte de la estructura; así mismo deberá informar las razones por las cuales se generó dicho desmonte.

Sobre este hecho, la autoridad competente deberá informar a la Secretaria de Hacienda del Distrito para que proceda de conformidad.

Artículo 78. Pérdida de vigencia del registro otorgado. Este acuerdo, los registros de publicidad exterior visual perderán su vigencia cuando los fundamentos de derecho con base en los cuales se aprobaron cambien, o cuando:

a. Se efectúen modificaciones al área de la publicidad exterior visual, sin haber sido informado a la Secretaría Distrital de Ambiente dentro del término previsto.

b. Se instale la publicidad exterior visual en condiciones diferentes a las autorizadas en el registro de publicidad exterior visual.

c. Una vez transcurrido los veinte (20) días sin que se informe las causales que llevaron al desmonte del elemento, el responsable del registro perderá la vigencia del mismo.

d. Cuando no se realice la renovación o el montaje en los términos establecidos por la autoridad competente.

Parágrafo Único. En estos casos, la Secretaría Distrital de Ambiente, ordenará al responsable de la publicidad exterior visual, previa aplicación del procedimiento sancionatorio correspondiente, su adecuación o desmonte, para lo cual le concederá un término de treinta (30) días, vencidos los cuales ordenará su remoción a costa del infractor. Cuando no se hubiere realizado la adecuación, desmonte o la entrega de los documentos exigidos.

Artículo 79. Prórroga del registro. Dentro de los treinta (30) días anteriores a la fecha del vencimiento del registro de la publicidad exterior visual, el responsable de la misma podrá solicitar su prórroga ante la Secretaría Distrital de Ambiente, la cual se otorgará cuando la publicidad exterior visual cumpla con las normas vigentes. El registro se entenderá vigente mientras la autoridad emite acto administrativo sobre la solicitud de prórroga.

Capítulo III. Régimen de transición

Artículo 80. Régimen de transición. Los registros de publicidad exterior visual expedidos por la Secretaría Distrital de Ambiente con anterioridad a la entrada en vigencia del presente Acuerdo continuarán vigentes por

el término de su expedición. La solicitud de prórroga se tramitará conforme con lo establecido en el presente acuerdo.

Las solicitudes de registro de publicidad exterior visual por las cuales se pagó el servicio de evaluación ante la Secretaría Distrital de Ambiente antes de la entrada en vigencia del presente acuerdo continuarán con el trámite establecido de conformidad con la normatividad anterior.

Los procesos judiciales por publicidad exterior visual, iniciados en contra de la Secretaría Distrital de Ambiente continuarán a cargo y bajo la responsabilidad de la referida entidad hasta su finalización.

Capítulo IV. Régimen de sancionatorio

Artículo 81. Régimen sancionatorio. El incumplimiento a las normas de publicidad exterior visual previstas en el presente acuerdo se adelantará en el marco del procedimiento sancionatorio administrativo previsto en el Código Administrativo y de lo Contencioso Administrativo o de la norma que sustituya, modifique o adicione. **Parágrafo Único.** Lo anterior, sin perjuicio de las acciones administrativas de carácter policivo a las que haya lugar en virtud de la Ley 1801 de 2016, “Código Nacional de Policía y Convivencia” y la Ley 769 de 2002 “Por la cual se expide el Código Nacional de Tránsito Terrestre y se dictan otras disposiciones” o en la que la modifique o sustituya.

TÍTULO IV - Disposiciones Finales

Artículo 82. Póliza de responsabilidad. Se deberá constituir póliza de responsabilidad civil extracontractual por un valor de 150 SMMLV por el término del registro y tres meses más, adicional a la póliza global que de forma obligatoria debe tener cada compañía, en los casos en los que, de acuerdo con la naturaleza del elemento, así quede expresamente previsto en el presente acuerdo.

Artículo 83. Facultades. Facúltase al Alcalde Distrital para que en un plazo no superior a seis (6) meses reglamente todo lo concerniente a la publicidad exterior visual conforme con los términos y condiciones establecidas en el presente acuerdo.

Artículo 84. Facultades Vigencias y derogatorias. El presente Acuerdo entrará en vigencia a partir de su promulgación y deroga de manera expresa los Acuerdos 01 de 1998 y 12 de 2000, compilados por el Decreto 959 de 2000, sus decretos y resoluciones reglamentarias, además de todas las disposiciones que le resulten contrarias.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

PROYECTO DE ACUERDO NO 006 DE 2025

PRIMER DEBATE

POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LINEAMIENTOS PARA FOMENTAR UNA POLÍTICA DE HUMANIZACIÓN EN LA ATENCIÓN EN SALUD EN EL DISTRITO CAPITAL, SE RECONOCE EL DÍA DISTRITAL DE LA HUMANIZACIÓN EN SALUD Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES.

1. OBJETO DEL PROYECTO DE ACUERDO

El presente Proyecto de Acuerdo tiene por objeto establecer lineamientos para fomentar una Política de humanización en la atención en salud en el Distrito Capital, y se reconoce el día Distrital de la humanización en salud, con el fin de que se propicie una cultura de la humanización en los servicios de salud centrada en las personas, que garantice una atención digna, de respeto hacia el usuario y a su privacidad, pertinente, ética y segura, sin discriminación y con predominio de un enfoque diferencial, que mejore la experiencia de las personas en el sector salud de Bogotá y dé respuesta efectiva a las necesidades de las personas.

2. ANTECEDENTES

PROYECTO	TRÁMITE
457 de 2023: “Por medio del cual se establecen lineamientos para fomentar una política de humanización en la atención en salud en el distrito capital, se reconoce el día distrital de la humanización en salud y se dictan otras disposiciones”	Tramitado en la comisión segunda permanente de gobierno. Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022. Ponencias positivas de los Concejales Juan Felipe Grillo Carrasco(Coordinador) y. Álvaro Acevedo Leguizamón
624 de 2023: “Por medio del cual se establecen lineamientos para fomentar una política de humanización en la atención en salud en el distrito capital, se reconoce el día distrital de la humanización en salud y se dictan otras disposiciones”	Se solicita desarchivo del P.A 457 de 2022 tal y como lo establece el parágrafo del artículo 79 del Reglamento interno, los ponentes ratificaron las ponencias. Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022

61 de 2024:“Por medio del cual se establecen lineamientos para fomentar una política de humanización en la atención en salud en el distrito capital, se reconoce el día distrital de la humanización en salud y se dictan otras disposiciones”	Ponencias positivas de los Concejales Andrés Leandro Castellanos Serrano (Coordinador) y Juan Daniel Oviedo Arango Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022
206 de 2024:“Por medio del cual se establecen lineamientos para fomentar una política de humanización en la atención en salud en el distrito capital, se reconoce el día distrital de la humanización en salud y se dictan otras disposiciones”	Se solicita desarchivo del P.A 457 de 2022 tal y como lo establece el parágrafo del artículo 79 del Reglamento interno, los ponentes ratificaron las ponencias. Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022
504 de 2024:“Por medio del cual se establecen lineamientos para fomentar una política de humanización en la atención en salud en el distrito capital, se reconoce el día distrital de la humanización en salud y se dictan otras disposiciones”	Ponencias positivas de los Concejales. Diana Marcela Diago Guáqueta (coordinadora) y H.C. Emel Rojas Castillo
638 de 2024:“Por medio del cual se establecen lineamientos para fomentar una política de humanización en la atención en salud en el distrito capital, se reconoce el día distrital de la humanización en salud y se dictan otras disposiciones”	Se solicita desarchivo del P.A 504 de 2024 tal y como lo establece el parágrafo del artículo 79 del Reglamento interno, los ponentes ratificaron las ponencias

3.JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

3.1. Importancia de la Humanización en la atención sanitaria

La Asamblea General de la ONU declaró el 10 de diciembre de 1948, los derechos humanos inherentes a todas las personas, sin distinción alguna de raza, sexo, nacionalidad, origen étnico, lengua, religión o cualquier otra condición. Entre los derechos humanos se incluyen entre otros, el derecho a la vida²⁴, el derecho a la privacidad, a la seguridad social, libertad de opinión, de conciencia..., los cuales se encuentran articulados con la humanización.

En nuestra Constitución en el artículo 1, se expresa que “Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de republica unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general”; en el Artículo 49 se reconoce que “La atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado”. En consonancia con lo anterior, en la Ley 1751 de 2015 - Ley Estatutaria de la Salud, se define la garantía del derecho fundamental a la salud **como elemento esencial de la humanización reconociendo y garantizando la dignidad humana.**

La Humanización²⁵ se entiende como “la aproximación del sistema sanitario al paciente en una vertiente de calidad humana, potenciando la empatía y el abordaje integral. El paciente es la razón de ser del sistema sanitario y sus profesionales, y debe ser tratado como un ser humano, no como una enfermedad. De esta manera, su desarrollo necesita de colaboración multidisciplinar y debe tener impacto directo sobre la cultura de las organizaciones sanitarias, la Administración, las políticas sanitarias, y los pacientes y cuidadores. Así, la Humanización alcanza todos los niveles de la asistencia sanitaria materializados en micro, meso, macro y Meta gestión”.

La Organización Mundial de Salud (OMS) ²⁶ define que el fin de *la calidad de la asistencia sanitaria, es “asegurar que cada paciente reciba el conjunto de servicios diagnósticos y*

²⁴ <https://www.un.org/es/global-issues/human-rights>

²⁵ <https://fundacionhumans.com/wp-content/uploads/2020/02/informe-humanizacion-en-salud-mental.pdf>

²⁶ <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/quality-health-services#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20calidad%3F,profesionales%20basados%20en%20datos%20probatorios> .

terapéuticos más adecuado para conseguir una atención sanitaria óptima, teniendo en cuenta todos los factores y los conocimientos del paciente y del servicio clínico, y lograr el mejor resultado con el mínimo riesgo de efectos iatrogénicos y la máxima satisfacción del paciente con el proceso".

Indica la OMS que "las formas de respuesta de los sistemas de salud a las necesidades de la gente, no sólo se expresa en términos de resultados en salud, **sino en relación con aspectos como la satisfacción de las expectativas con respecto al trato que debería recibir**; incluso en relación con las atenciones de salud pública."

Para la OMS ²⁷ "en el mundo se necesita un cambio fundamental en la prestación de servicios, de manera **que se presten servicios de calidad con compasión, centrados en las necesidades de las personas y las comunidades, puesto que se ha demostrado que la prestación de servicios con compasión mejora los resultados en varios contextos**". Por lo anterior la OMS presta apoyo a los países en su labor de implicación comunitaria para ofrecer servicios sanitarios de calidad, centrados en las personas y resilientes.

La OMS establece que los servicios sanitarios de calidad²⁸, deben ser:

- **eficaces:** proporcionarán servicios de salud basados en datos probatorios a quienes los necesiten;
- **seguros:** evitarán lesionar a las personas a las que dispensen atención;
- **centrados en la persona:** *dispensarán atención adecuada a las preferencias, las necesidades y los valores personales, en el marco de servicios sanitarios que se organizan en torno a las necesidades de la persona;*
- **oportunos:** reducirán los tiempos de espera y las demoras, que en ocasiones son perjudiciales, tanto para los que reciben la atención como para los que la prestan;
- **equitativos:** dispensarán una atención cuya calidad no variará por motivos de edad, sexo, género, raza, etnia, lugar geográfico, religión, situación socioeconómica, idioma o afiliación política;
- **integrados:** dispensarán una atención coordinada a todos los niveles y entre los distintos proveedores que facilite toda la gama de servicios sanitarios durante el curso de la vida; y

²⁷ <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/quality-health-services>

²⁸ <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/quality-health-services>

- **eficientes:** maximizarán los beneficios de los recursos disponibles y evitarán el despilfarro.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico- OCDE y el Banco Mundial (2020), “la cobertura universal de salud se alcanza cuando todas las personas, comunidades y grupos sociales tienen acceso a los servicios de salud que necesitan, estos servicios tienen un grado efectivo de calidad y los usuarios no son vulnerables a las dificultades financieras debido al uso de dichos servicios”. Esta definición considera tres dimensiones claves para la cobertura:

- Acceso a servicios de salud, independientemente de las características socioeconómicas, la ubicación o las vulnerabilidades de las personas.
- Protección financiera, de manera que la población pueda acceder a servicios de salud sin incurrir en riesgos financieros.
- Atención en salud eficaz, costo-efectiva y sostenible.

La humanización de los servicios asistenciales en la salud sigue siendo un problema y un reto que reclama ser incluido en la dinámica que las instituciones asistenciales ofrecen, ya que los servicios de la salud dejan insatisfechos a los enfermos, y ellos o sus familiares, reclaman por ser maltratados, por no ser atendidos con prontitud y respeto, porque sus derechos son violados, ignorados y porque la actitud, la indiferencia y la insolidaridad hacen más vulnerable su estado de enfermedad. En esta perspectiva aparece que humanizar la salud, es un ámbito ético y bioético²⁹.

El respeto a las personas implica en este contexto:

- Brindar una atención oportuna, es decir, una atención inmediata en situaciones de urgencia y espera razonable, en casos que no sean de urgencia.
- Comodidades de calidad observada, como limpieza y espacio

²⁹ Andino C. Bioética y humanización de los servicios asistenciales en la salud. Revista Colombiana de Bioética Universidad del Bosque. Vol 10 N0. 1 Enero-Junio de 2015.

<https://www.redalyc.org/journal/1892/189242405005/html/#:~:text=La%20bio%C3%A9tica%20es%20un%20puente,vida%20de%20las%20personas%20enfermas.>

- Acceso a redes de apoyo social como familiares y amigos, para las personas atendidas
- Selección del proveedor, enfocado a la libertad para determinar la persona u organización que proporcionará la atención.

La resolución 229 de 2020³⁰, del Ministerio de Salud y Protección Social, define los lineamientos de la carta de derechos y deberes de la persona afiliada y del paciente en el Sistema General de Seguridad Social en Salud y de la carta de desempeño de las Entidades Promotoras de Salud (EPS) de los Regímenes, Contributivo y Subsidiado. En el capítulo de derechos, incorpora aspectos fundamentales de la humanización, entre otros:

3.2 Capítulo de derechos

El capítulo de derechos deberá especificar que todo afiliado sin restricciones por motivos de pertenencia étnica, sexo, identidad de género, orientación sexual, edad, idioma, religión o creencia, cultura, opiniones políticas o de cualquier índole, costumbres, origen o condición social o económica, tiene derecho a:

3.2.1 Atención médica accesible, idónea, de calidad y eficaz

3.2.1.1 Acceder, en condiciones de calidad, oportunidad y eficiencia y sin restricción a las actividades, procedimientos, intervenciones, insumos y medicamentos que no estén expresamente excluidos del plan de beneficios financiados con la UPC.

3.2.1.2 Acceder a las pruebas y exámenes diagnósticos indispensables para determinar su condición de salud y orientar la adecuada decisión clínica.

3.2.1.3 Indicar que los derechos a acceder a un servicio de salud que requiera un niño, niña o adolescente para conservar su vida, su dignidad, su integridad, así como para su desarrollo armónico e integral, y su derecho fundamental a una muerte digna, están especialmente protegidos.

³⁰ http://normograma.supersalud.gov.co/normograma/docs/resolucion_minsaludps_0229_2020.htm

3.2.1.4 Recibir la atención de urgencias que sea requerida con la oportunidad que su condición amerite sin que sea exigible documento o cancelación de pago previo alguno, ni sea obligatoria la atención en una institución prestadora de servicios de salud de la red definida por la EPS. Los pagos moderadores no pueden constituir barreras al acceso a los servicios de salud.

3.2.1.5 Recibir durante todo el proceso de la enfermedad, la mejor asistencia médica disponible en la red y el cuidado paliativo de acuerdo con su enfermedad o condición, incluyendo la atención en la enfermedad incurable avanzada o la enfermedad terminal garantizando que se respeten los deseos del paciente frente a las posibilidades que la IPS tratante ofrece.

3.2.1.6 Agotar las posibilidades razonables de tratamiento para la superación de su enfermedad y a recibir, durante todo el proceso de la enfermedad incluyendo el final de la vida, la mejor asistencia médica disponible por personal de la salud debidamente competente y autorizado para su ejercicio.

3.2.1.7 Recibir una segunda opinión por parte de un profesional de la salud disponible dentro de la red prestadora, en caso de duda sobre su diagnóstico y/o manejo de su condición de salud.

3.2.1.8 Obtener autorización por parte de la EPS para una valoración científica y técnica, cuando tras un concepto médico, generado por un profesional de la salud externo a la red de la EPS y autorizado para ejercer, este considere que la persona requiere dicho servicio.

3.2.1.9 Recibir las prestaciones económicas por licencia de maternidad, paternidad o incapacidad por enfermedad general, aún ante la falta de pago o cancelación extemporánea de las cotizaciones cuando la EPS no ha hecho uso de los diferentes mecanismos de cobro que se encuentran a su alcance para lograr el pago de los aportes atrasados.

3.2.1.10 Acceder a los servicios y tecnologías de salud en forma continua y sin que sea interrumpido por razones administrativas o económicas.

3.2.1.11 Acceder a los servicios de salud sin que la EPS pueda imponer como requisito de acceso, el cumplimiento de cargas administrativas propias de la entidad. Toda persona tiene derecho a que su EPS autorice y tramite internamente los servicios de salud ordenados por su médico tratante. El médico tratante tiene la carga de iniciar dicho trámite y

tanto prestadores como aseguradores deben implementar mecanismos expeditos para que la autorización fluya sin contratiempos,

3.2.1.12 Acreditar su identidad mediante el documento de identidad o cualquier otro mecanismo tecnológico. No deberá exigirse al afiliado, carné o, certificado de afiliación a la EPS para la prestación de los servicios, copias, fotocopias o autenticaciones de ningún documento.

3.2.1.13 Recibir atención médica y acceso a los servicios de salud de manera integral en un municipio o distrito diferente al de su residencia, cuando se traslade temporalmente por un periodo superior a un mes y hasta por doce (12) meses, haciendo la solicitud ante su EPS.

3.2.1.14 Acceder a los servicios de salud de acuerdo con el principio de integralidad, así como a los elementos y principios previstos en el artículo 60 de la Ley Estatutaria 1751 de 2015.

3.2.2 Protección a la dignidad humana

3.2.2.1 Recibir un trato digno en el acceso a servicios de salud y en todas las etapas de atención. Ninguna persona deberá ser sometida a tratos crueles o inhumanos que afecten su dignidad, ni será obligada a soportar sufrimiento evitable, ni obligada a padecer enfermedades que pueden recibir tratamiento.³

3.2.2.2 Ser respetado como ser humano en su integralidad, sin recibir ninguna discriminación por su pertenencia étnica, sexo, identidad de género, orientación sexual, edad, idioma, religión o creencia, cultura, opiniones políticas o de cualquier índole, costumbres, origen, condición social, condición económica y su intimidad, así como las opiniones que tenga.

3.2.2.3 Recibir los servicios de salud en condiciones sanitarias adecuadas, en un marco de seguridad y respeto a su identidad e intimidad.

3.2.2.4 Recibir protección especial cuando se padecen enfermedades catastróficas o de alto costo. Esto implica el acceso oportuno a los servicios de salud asociados a la patología y la prohibición de que bajo ningún pretexto se deje de atender a la persona, ni puedan cobrársele copagos o cuotas moderadoras.

3.2.2.5 Elegir dentro de las opciones de muerte digna según corresponda a su escala de valores y preferencias personales y a ser respetado en su elección, incluyendo que se le permita rechazar actividades, intervenciones, insumos, medicamentos, dispositivos, servicios, procedimientos o tratamientos que puedan dilatar el proceso de la muerte impidiendo que este siga su curso natural en la fase terminal de su enfermedad.

3.2.3 A la información

3.2.3.1 Recibir información sobre los canales formales para presentar peticiones, quejas reclamos y/o denuncias y, en general, para comunicarse con la administración de las instituciones, así como a recibir una respuesta oportuna y de fondo.

3.2.3.2 Disfrutar y mantener una comunicación permanente y clara con el personal de la salud, apropiada a sus condiciones psicológicas y culturales y, en caso de enfermedad, estar informado sobre su condición, así como de los procedimientos y tratamientos que se le vayan a practicar, al igual que de los riesgos y beneficios de estos y el pronóstico de su diagnóstico.

3.2.3.3 Recibir, en caso de que el paciente sea menor de 18 años, toda la información necesaria de parte de los profesionales de la salud, sus padres, o en su defecto su representante legal o cuidador, para promover la adopción de decisiones autónomas frente al autocuidado de su salud. La información debe ser brindada teniendo en cuenta el desarrollo cognitivo y madurez del menor de edad, así como el contexto en el que se encuentra.

3.2.3.4 Ser Informado oportunamente por su médico tratante sobre la existencia de objeción de conciencia debidamente motivada, en los casos de los procedimientos de interrupción voluntaria del embarazo en las circunstancias despenalizadas por la Corte Constitucional, o de eutanasia; tal objeción, en caso de existir, debe estar en conocimiento de la IPS, con la debida antelación, y por escrito, de parte del médico tratante. El paciente tiene derecho a que sea gestionada la continuidad de la atención inmediata y eficaz con un profesional no objetor.

3.2.3.5. Revisar y recibir información acerca de los costos de los servicios prestados.

3.2.3.6 Recibir de su EPS o de las autoridades públicas no obligadas a autorizar un servicio de salud solicitado, la gestión necesaria para: (i) obtener la información que requiera para saber cómo funciona el sistema de salud y cuáles

son sus derechos; (ii) recibir por escrito las razones por las cuales no se autoriza el servicio; (iii) conocer específicamente cuál es la institución prestadora de servicios de salud que tiene la obligación de realizar las pruebas diagnósticas que requiere y una cita con un especialista; y, (iv) recibir acompañamiento durante el proceso de solicitud del servicio, con el fin de asegurar el goce efectivo de sus derechos.

3.2.3.7 Recibir del prestador de servicios de salud, por escrito, las razones por las cuales el servicio no será prestado, cuando excepcionalmente se presente dicha situación.

3.2.3.8 Recibir información y ser convocado individual o colectivamente, a los procesos de participación directa y efectiva para la toma de decisión relacionada con la ampliación progresiva y exclusiones de las prestaciones de salud de que trata el artículo 15 de la Ley Estatutaria 1751 de 2015, conforme al procedimiento técnico científico y participativo establecido para el efecto por este Ministerio.

4.2.3.9 Solicitar copia de su historia clínica y que esta le sea entregada en un término máximo de cinco (5) días calendario o remitida por medios electrónicos si así lo autoriza el usuario, caso en el cual el envío será gratuito.

4.2.4 A la autodeterminación, consentimiento y libre escogencia

3.2.4.1 Elegir libremente el asegurador, el médico y en general los profesionales de la salud, como también a las instituciones de salud que le presten la atención requerida dentro de la oferta disponible. Los cambios en la oferta de prestadores por parte de las EPS no podrán disminuir la calidad o afectar la continuidad en la provisión del servicio y deberán contemplar mecanismos de transición para evitar una afectación de la salud del usuario. Dicho cambio no podrá eliminar alternativas reales de escogencia donde haya disponibilidad. Las eventuales limitaciones deben ser racionales y proporcionales.

3.2.4.2 Aceptar o rechazar actividades, intervenciones, insumos, medicamentos, dispositivos, servicios, procedimientos o tratamientos para su cuidado. Ninguna persona podrá ser obligada a recibir los mismos en contra de su voluntad.

3.2.4.3 A suscribir un documento de voluntad anticipada como previsión de no poder tomar decisiones en el futuro, en el cual declare, de forma libre, consciente e informada su voluntad respecto a la toma de decisiones sobre el cuidado

general de la salud y del cuerpo, así como las preferencias de someterse o no a actividades, intervenciones, insumos, medicamentos, dispositivos, servicios, procedimientos o tratamientos para su cuidado médico, sus preferencias de cuidado al final de la vida, sobre el acceso a la información de su historia clínica y aquellas que considere relevantes en el marco de sus valores personales.

3.2.4.4 A que los representantes legales del paciente mayor de edad, en caso de inconciencia o incapacidad para decidir, consientan, disientan o rechacen actividades, intervenciones, insumos, medicamentos, dispositivos, servicios, procedimientos o tratamientos. El paciente tiene derecho a que las decisiones se tomen en el marco de su mejor interés.

3.2.4.5 A que, en caso de ser menores de 18 años, en estado de inconciencia o incapacidad para participar en la toma de decisiones, los padres o el representante legal del menor puedan consentir, desistir o rechazar actividades, intervenciones, insumos, medicamentos, dispositivos, servicios, procedimientos o tratamientos.

La decisión deberá siempre ser ponderada frente al mejor interés del menor.

3.2.4.6 Al ejercicio y garantía de los derechos sexuales y derechos reproductivos de forma segura y oportuna, abarcando la prevención de riesgos y de atenciones inseguras.

3.2.4.7 Ser respetado en su voluntad de participar o no en investigaciones realizadas por personal científicamente calificado, siempre y cuando se le haya informado de manera clara y detallada acerca de los objetivos, métodos, posibles beneficios, riesgos previsibles e incomodidades que el proceso investigativo pueda implicar.

3.2.4.8 Ser respetado en su voluntad de oponerse a la presunción legal de donación de sus órganos para que estos sean trasplantados a otras personas. Para tal fin, de conformidad con el artículo 4o de la Ley 1805 de 2016, toda persona puede oponerse a la presunción legal de donación expresando su voluntad de no ser donante de órganos y tejidos, mediante un documento escrito que deberá autenticarse ante notario público y radicarse ante el instituto Nacional de Salud (INS). También podrá oponerse al momento de la afiliación a la EPS, la cual estará obligada a informar al INS.

3.2.4.9 Cambiar de régimen, ya sea del subsidiado al contributivo o viceversa, dependiendo de su capacidad económica, sin cambiar de EPS y sin que exista interrupción en la afiliación, cuando pertenezca a los niveles 1 y 2 del Sisbén o las poblaciones especiales contempladas en el artículo 2.1.5.1 del Decreto 780 de 2016.

3.2.5 A la confidencialidad

3.2.5.1 A que la historia clínica sea tratada de manera confidencial y reservada y que únicamente pueda ser conocida por terceros, previa autorización del paciente o en los casos previstos en la ley.

3.2.5.2 A que, en caso de ser adolescentes, esto es, personas entre 12 y 18 años, deba reconocérseles el derecho frente a la reserva y confidencialidad de su historia clínica en el ejercicio de sus derechos sexuales y reproductivos.

3.2.6 A la asistencia religiosa

Recibir o rehusar apoyo espiritual o moral cualquiera sea el culto religioso que profese o si no profesa culto alguno.

3.2. Panorama de la Humanización en Salud

En la Propuesta de Política de Humanización en salud para Colombia³¹, se referencia como experiencias significativas en Humanización a nivel internacional, las siguientes:

- España, cuenta con la incursión de la humanización en el sistema salud, desde los años 60. En el Consejo de Europa se sustenta que para que los hospitales fueran más humanos debería existir un mayor respeto a la dignidad. En la década de los años 80 nace el Centro de humanización en salud de los Religiosos Camilos con el objetivo de promover cultura de humanización del cuidado y asumen su calidad de Director, Councelling y experto en humanización y referente mundial en Humanización.

El Plan de calidad de la Comunidad de Madrid en España 2022-2025 ³² “ tiene el propósito de seguir avanzando en la estrategia de mejora de la humanización de la asistencia sanitaria mediante diferentes líneas de actuación agrupadas en cuatro ejes estratégicos que ponen el foco en la persona como centro de la atención, en las infraestructuras, entornos y espacios donde se desarrolla esta atención, en los profesionales como agentes clave de humanización, así como, en el impulso del liderazgo y de una organización humanizada. contempla los siguientes Ejes y Líneas estratégicas

³¹ <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/CA/documento-propuesta-pnhs-politica-valor-humano.pdf>

³² <https://www.madrid.org/bvirtual/BVCM050581.pdf>

EJE 1. ATENCIÓN CENTRADA EN LA PERSONA

- **Línea 1.1.** Atención personalizada.
- **Línea 1.2.** Capacitación en salud de las personas.
- **Línea 1.3.** Integración de la voz de los pacientes y de la ciudadanía.
- **Línea 1.4.** Recursos telemáticos y telemedicina.

EJE 2. INFRAESTRUCTURAS, ENTORNOS Y ESPACIOS

- **Línea 2.1.** Accesibilidad física cognitiva y comunicativa.
- **Línea 2.2.** Información y señalización.
- **Línea 2.3.** Espacios humanizados.

EJE 3. PROFESIONALES COMO AGENTES DE HUMANIZACIÓN

- **Línea 3.1.** Sensibilización y formación.
- **Línea 3.2.** Acogida y reconocimiento.
- **Línea 3.3.** Profesionales y equipos saludables.

EJE 4. LIDERAZGO Y ORGANIZACIÓN HUMANIZADA

- **Línea 4.1.** Cultura de humanización.
- **Línea 4.2.** Liderazgo en humanización.
- **Línea 4.3.** Estructura organizativa para la humanización.
- **Línea 4.4.** Modelo de excelencia en humanización.
- **Línea 4.5.** Alianzas.

Figura 1. Ejes y líneas estratégicas Plan de Humanización Comunidad de Madrid 2022-2025

- En Perú, el Seguro Social de Salud³³ instauró el 14 de febrero como el Día de la Humanización, con el propósito de posicionar la importancia del valor del respeto al paciente.
- El Parlamento Europeo estableció a partir del 2007, el 18 de abril de cada año, como el **Día Europeo de los Derechos de los Pacientes**³⁴, que nació gracias a la Organización denominada **Red de Ciudadanía Activa**, que a partir del año 2002 a través de la **Carta de los Derechos de los Pacientes** promulgó los catorce derechos que deben tener los pacientes de toda **Europa** y los cuales deben ser debidamente acatados y cumplidos por todos los centros de salud como hospitales, clínicas, etc.

³³ <http://www.essalud.gob.pe/essalud-instituye-el-14-de-febrero-como-dia-de-la-humanizacion/#:~:text=El%20Seguro%20Social%20de%20Salud,de%20EsSalud%2C%20doctora%20Virginia%20Baffigo>.

³⁴ <https://www.diainternacionalde.com/ficha/dia-europeo-derechos-pacientes>

- México en el año 2000, en cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), específicamente el objetivo número 5, adquiere el compromiso de mejorar la salud materna y en reducir la tasa de mortalidad materna, en el año 2010, en los servicio de salud de Oaxaca que presenta la mayor diversidad étnica y lingüística de México, desarrolla el proyecto piloto de atención humanizada del parto con enfoque de interculturalidad involucra el reconocimiento y respeto de las diferencias, la mujer es protagonista del trabajo de parto, de acuerdo a el respeto a sus tradiciones, lenguaje y otras prácticas propias de su cultura.
- El Salvador cuenta desde el 2011, con un Programa de Humanización de los Servicios de Salud, el cual promueve la humanización como eje transversal de todos los procesos, administrativos y de salud, además, en fortalecer la cultura institucional que promueva la práctica de principios y valores.
- En Brasil, para el año 2000 el Ministerio de Salud desarrolla el Programa Nacional para la Humanización de la Asistencia Hospitalaria, con el objetivo de promover una nueva cultura de atención en salud que favoreciera la mejora de la calidad y efectividad de los servicios prestados. En el año 2003, el Ministerio de Salud transforma el Programa Nacional para la Humanización de la Asistencia Hospitalaria en la Política Nacional de Humanización, el cual está presente en todas las acciones de salud de forma transversal, alimenta el intercambio y la construcción de conocimiento, el diálogo entre profesionales, el trabajo en equipo y la consideración de las necesidades, deseos e intereses de diferentes actores en el campo de la salud, incrementa el grado de corresponsabilidad entre los actores frente al cambio en la cultura del cuidado de los usuarios y en la gestión de los procesos de trabajo.

Para abordar esta problemática, en Colombia, en la Ley 100 de 1993 se crea el Sistema de Seguridad Social Integral con principios de igualdad, enfoque diferencial y calidad **mediante una atención humanizada.**

En el 2005 el Sistema Único de Acreditación en salud (estándares superiores de calidad), introdujo la exigencia de respetar los derechos de los pacientes y fomentar sus deberes, lo cual llevo voluntariamente a estas instituciones a diseñar, implementar y mejorar continuamente un programa de Humanización.

En la Ley 1438 del 2011, que reforma el Sistema de Seguridad Social integral se indica que se deben proveer servicios de forma integral segura y oportuna mediante una atención humanizada.

Posteriormente, en la ley 1751 del 2015 se define la garantía del derecho fundamental a la salud como elemento esencial de la humanización reconociendo y garantizando la dignidad humana.

Mediante la Resolución 5095 de 2018, se fortalece el Eje de humanización desde la Acreditación en salud, con criterios explícitos que orientan los derroteros para lograr una Atención humanizada,

“Estándar 33 ³⁵ Código: (AsPL11) En el proceso de planeación de la atención, la organización debe tener una política de atención humanizada como elemento fundamental de respeto hacia el usuario, su privacidad y dignidad:

Criterios:

- Los usuarios son examinados y tienen la oportunidad de preguntar sus inquietudes en condiciones de privacidad.
- La privacidad es respetada mientras el usuario se baña, se desnuda o mientras es atendido por un profesional o técnico. (Incluye personal en formación).
- La privacidad debe ser visual y auditiva.
- Se estudia, previene e interviene toda forma de discriminación.
- La organización asegura que existe una política de confidencialidad frente a la información del usuario y que su presencia en la organización no será divulgada sin su consentimiento.
- En los servicios de apoyo diagnóstico y complementación terapéutica, se debe garantizar que se mantiene la privacidad del paciente durante la toma de muestras, realización del examen y entrega de resultados. A los usuarios se les provee, en los casos que así ameriten, los elementos físicos (vestidos, batas, frascos, tubos etc.) que garanticen la privacidad y dignidad durante la toma de muestras o exámenes.

³⁵ <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PSA/manual-acreditacion-salud-ambulatorio.pdf>

- Procedimientos para la definición de horarios de visita que consulten las necesidades de los usuarios y sus preferencias, con prelación a niños, adultos mayores, obstétricas y pacientes en condiciones críticas.
- Consideraciones en gustos y preferencias de los pacientes en su dieta, forma de presentación de los alimentos, horarios, etc.
- Consideraciones especiales de acompañamiento al paciente moribundo y apoyo para el bien morir.
- Desarrollo, a todo el personal, de habilidades para la comunicación y el diálogo, incluida la consideración al transmitir información dolorosa para el paciente y sus familiares.
- Procedimientos para el manejo respetuoso y considerado de la información entregada a medios de comunicación sobre los pacientes.
- Humanización en los procesos de prescripción y administración de medicamentos, realización de procedimientos y toma de muestras: horarios articulados con el reposo de los pacientes, vías de administración que consideren comodidad y nivel del dolor.
- Abordaje integral del manejo del dolor.
- Respeto a condiciones especiales de comunidades vulnerables. • Respeto del cadáver y apoyo emocional a familiares.
- Políticas para reducir la contaminación visual y auditiva. Promover condiciones de silencio.
- Inclusión de elementos de humanización en el ambiente físico de la atención (comodidades, señalización, información, etc.).
- El abordaje respetuoso de tradiciones, creencias y valores de los usuarios.
- Condiciones locativas y tecnológicas que promuevan atención oportuna, reducción de esperas y filas, etc.
- Desarrollo de estrategias para promover la atención cortés y respetuosa a usuarios y familiares.
- Desarrollo de estrategias de cuidado con orientación lúdica, especialmente en el caso de niños, adulto mayor y de contribución para el uso adecuado del tiempo en hospitalizaciones prolongadas (lectura, manualidades, etc.).

- El desarrollo de las actividades de este estándar se despliega a todo el personal de la organización, incluidos terceros contratados.
- Gestión de riesgos relacionados con la falta de humanización en el servicio.
- Se toman correctivos frente a las desviaciones encontradas”

En Colombia se resaltan algunas prácticas exitosas en Humanización³⁶, como:

- El Hospital con Alma Pablo Tobón Uribe con enfoque de Humanización en la Institución para el Trabajador de la Salud y su Familia;
- El Hospital Universitario San Ignacio con el arte de humanizar Superhéroes de Radioterapia;
- La Secretaria Distrital de Salud, Subred Sur Occidente ESE con humanización pilar fundamental de la cultura institucional;
- El Hospital Universitario Departamental de Nariño E.S.E con Lacto terapia Humanizando en la Atención Materno-Perinatal;
- El Hospital Universitario la Samaritana con enfoque integral de Humanización SAMI “Calidad soy Yo”;
- El Hospital Susana López de Valencia E.S.E, fortaleciendo del talento humano “SUSANITA” cultura organizacional “Pensando en ti, doy lo mejor de mí”;
- El Instituto Roosevelt con “Terapia del Amor”;
- El Hospital Infantil los Ángeles “Dignidad y Compasión” experiencia de transformación cultural en el proceso integral de Humanización;
- La Clínica Foscal “Humanizando los cuidados en la H-UCI”;
- La Fundación Valle de Lili “Comprometidos con la Ciencia y el Arte del Cuidado Humanizado”;

³⁶ <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/CA/documento-propuesta-pnhs-politica-valor-humano.pdf>

- La Fundación Santa Fe de Bogotá Cultura de Servicio Humanizado “Atención Centrada en la Persona”.
- El Instituto Nacional de Cancerología con el Plan de Humanización 2016 desde el enfoque biopsicosocial el cual considera al ser humano en sentido holístico en sus dimensiones física, emocional, intelectual, espiritual y social

De igual forma, también se resaltan experiencias como:

- “Bogotá Humana” con el “Programa de Humanización de los Servicios en Entidades Públicas de Salud Humanizar 2012, desde el enfoque ético orientado en la mejora de las competencias del talento humano, del bienestar de la comunidad y la mejora del grado de satisfacción de las personas con la participación activa y trabajo intersectorial.
- Plan de Humanización promovido por la Secretaría de Salud de Cundinamarca; **PLAN DE DESARROLLO "CUNDINAMARCA, REGIÓN QUE PROGRESA" 2020-2024**, con la meta de **mantener en los 53 hospitales públicos la estrategia de humanización en la prestación de servicios de salud.**

La Humanización de los servicios de salud, también se incorporó en el Plan de Desarrollo Distrital ³⁷ vigencia 2020-2024 “Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del siglo XXI”, aprobado mediante el acuerdo 761 de 2020, del Concejo Distrital, en específico para la Salud mental. “Artículo 101. **Plan de Prevención y Atención Efectiva, Humanizada e Integral de salud mental.** La Secretaría Distrital de Salud formulará e implementará un Plan de Prevención y Atención Efectiva, Humanizada e Integral para tratar a las personas con trastornos y enfermedades mentales, con enfoque poblacional de niñez

³⁷ <https://bogota.gov.co/sites/default/files/acuerdo-761-de-2020-pdd.pdf>

y adulto mayor, y de género hacia las mujeres, territorializado en las 20 Localidades de la ciudad”.

De igual forma en el Artículo 103 se establece “Integralidad del Sistema de Salud Distrital. Con el fin de lograr la dirección integral del sistema de salud distrital, en el marco de la Ley 1751 de 2015, el artículo 118 de la Ley 1438 de 2011 y la Ley 715 de 2001, la Secretaría Distrital de Salud fortalecerá la gestión centralizada de la atención territorial en salud para el funcionamiento de la atención médica domiciliaria, atención ambulatoria y hospitalaria, articulando los recursos de las diferentes EAPBS para el despliegue del modelo de atención de salud distrital, de forma concomitante gestionará ante la Superintendencia Nacional de Salud, las acciones institucionales pertinentes en procura de la desconcentración de las competencias necesarias para fortalecer las actividades de inspección, vigilancia y control. Las entidades administradoras de planes de beneficios con presencia en la ciudad, deben garantizar para sus afiliados los servicios en la misma localidad de residencia para el cumplimiento de la ruta integral para la promoción y mantenimiento de la salud de su población afiliada en la misma localidad de residencia, o bien con su propia red de prestación de servicios de salud o contratando con la de la subred pública de la respectiva localidad. Parágrafo. Para su cumplimiento se realizará la georreferenciación de oportunidad y acceso a servicios de salud, con adscripción de la población a IPS y/o ESE en su localidad. Las entidades administradoras de planes de beneficios con presencia en la ciudad deben garantizar la atención en salud de su población afiliada en la misma localidad de residencia o bien con su propia infraestructura o contratando con la de la subred pública de la respectiva localidad”.

La Secretaría de Salud de Bogotá durante los años 2020 – 2021 ³⁸desarrolló una investigación denominada “*Conceptualización de atención humanizada de los sujetos de atención a partir del análisis de las comunicaciones de los usuarios al sistema distrital para*

³⁸ <http://www.saludcapital.gov.co/DDS/Paginas/Humanizacion.aspx>

la gestión de peticiones ciudadanas, recibidas durante 2019”, concluyendo en la misma que los usuarios de servicios de salud entienden que una atención humanizada es aquella que brinda “un trato digno y respetuoso que garantice los derechos a través de atención de cuidado pertinente, ético, seguro, que promueva una cultura centrada en la buena comunicación e información, sin discriminación y con predominio de un enfoque diferencial”.

En el 2021, la Secretaría de Salud, realizó la Cartilla “humanicemos la atención en salud”, donde contempla algunos aspectos orientadores³⁹ y en Octubre de 2022, la Secretaría de Salud Distrital mediante la circular 046 de 2022⁴⁰ establece como prioridad que las Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud, Públicas y Privadas de la capital, implementen cinco pilares con sus respectivas acciones, los cuales se fundamentan en la atención humanizada y centrada en la persona: TRATO DIGNO Y RESPETUOSO; GARANTIA DE DERECHOS; CUIDADO PERTINENTE ETICO Y SEGURO; CULTURA CENTRADA EN LA BUENA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN; SIN DISCRIMINACIÓN Y CON PREDOMINIO DE UN ENFOQUE DIFERENCIAL.

Al revisar resultados de humanización en salud en Bogotá, en la propuesta de Política de humanización del Ministerio de Salud y protección Social ⁴¹, se referencia que “el Nodo Bogotá a través de la Secretaría de Distrital de Salud determina la incidencia de la deshumanización en la prestación de servicios de salud en las quejas presentadas por las personas del Distrito Capital, comprendido en los años 2017, 2018 y primer semestre de 2019, a través del aplicativo SIGEME de la Subdirección de Inspección, Vigilancia y Control de Servicios de Salud de la Secretaría Distrital de Salud”. Durante el periodo evaluado se presentaron en total 5.683 quejas, de las cuales el 9,7% correspondían a quejas por deshumanización. La mayoría de las quejas que refieren los pacientes y familiares, son por trato inadecuado por parte del personal de salud y/o administrativo, entendiendo como trato inadecuado, situaciones en las que las personas sienten vulnerada su dignidad, tales como actitudes déspotas, groseras e impersonales en la atención. De la misma forma el maltrato físico y verbal hacen parte de los motivos por los cuales se quejan los pacientes.

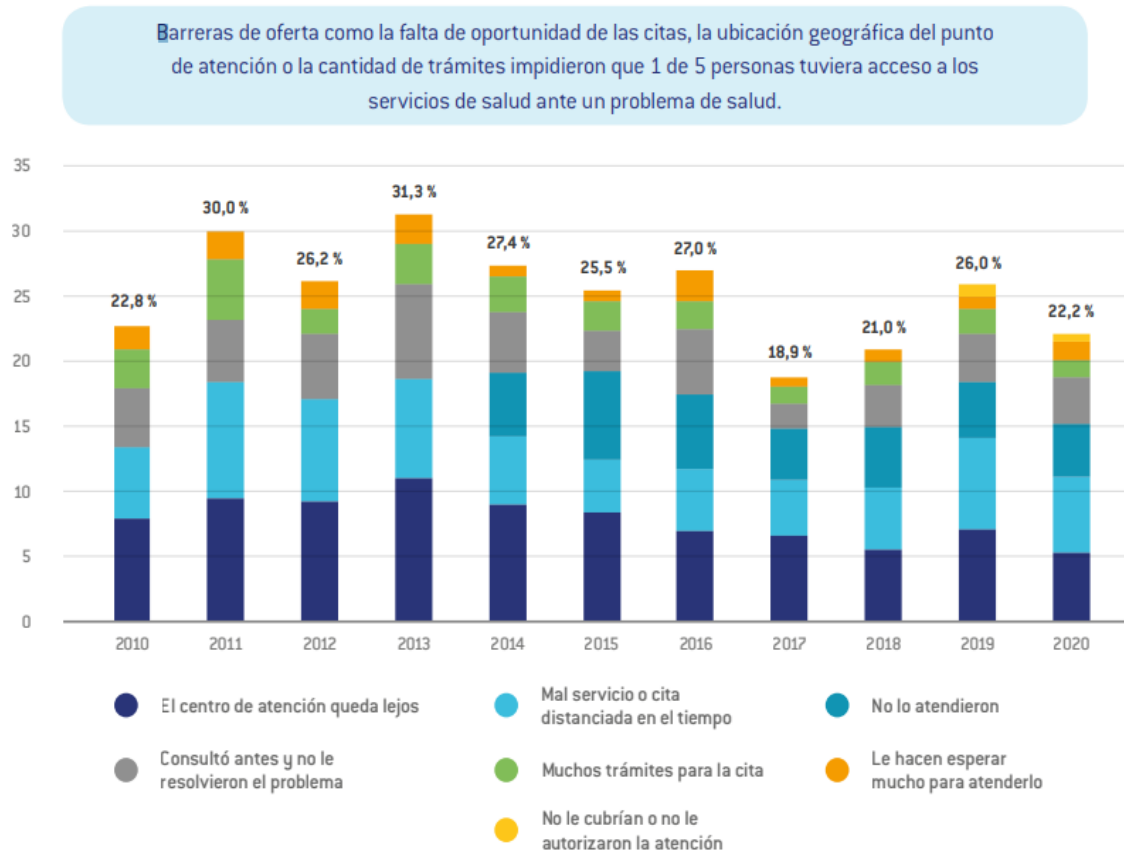
³⁹ http://www.saludcapital.gov.co/Documents/Humaniza/Cartilla_Humanicemos_at_salud.pdf

⁴⁰ <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=129223>

⁴¹ <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/CA/documento-propuesta-pnhs-politica-valor-humano.pdf>

Según los resultados consolidados por el Concejo Privado de competitividad ⁴², en el caso colombiano para el 2020, se presentan retos en *el acceso efectivo y oportuno a los servicios de salud, que son determinantes para la humanización y la calidad de atención.*

Los resultados de este estudio muestran que barreras como la oportunidad de la cita, la calidad del servicio, la ubicación geográfica del centro de atención y la cantidad de trámites, han impedido el acceso a los servicios médicos para 1 de cada 5 personas con problemas de salud:



Fuente: Encuesta de Calidad de Vida, DANE [2021]. Cálculos: CPC.

Figura 2. Barreras de acceso a los servicios médicos- Concejo privado de Competitividad

⁴² https://compite.com.co/wp-content/uploads/2021/11/08_CPC_INC_2021_SALUD-V6-1.pdf

Bogotá, ocupó en este estudio, el 4 lugar en el índice de competitividad, en el pilar salud⁴³, por debajo de ciudades como Tunja, Cali y Popayán, con menores puntajes en acceso a la salud, resultados en salud (8 lugar) y capacidades en salud (6 lugar).

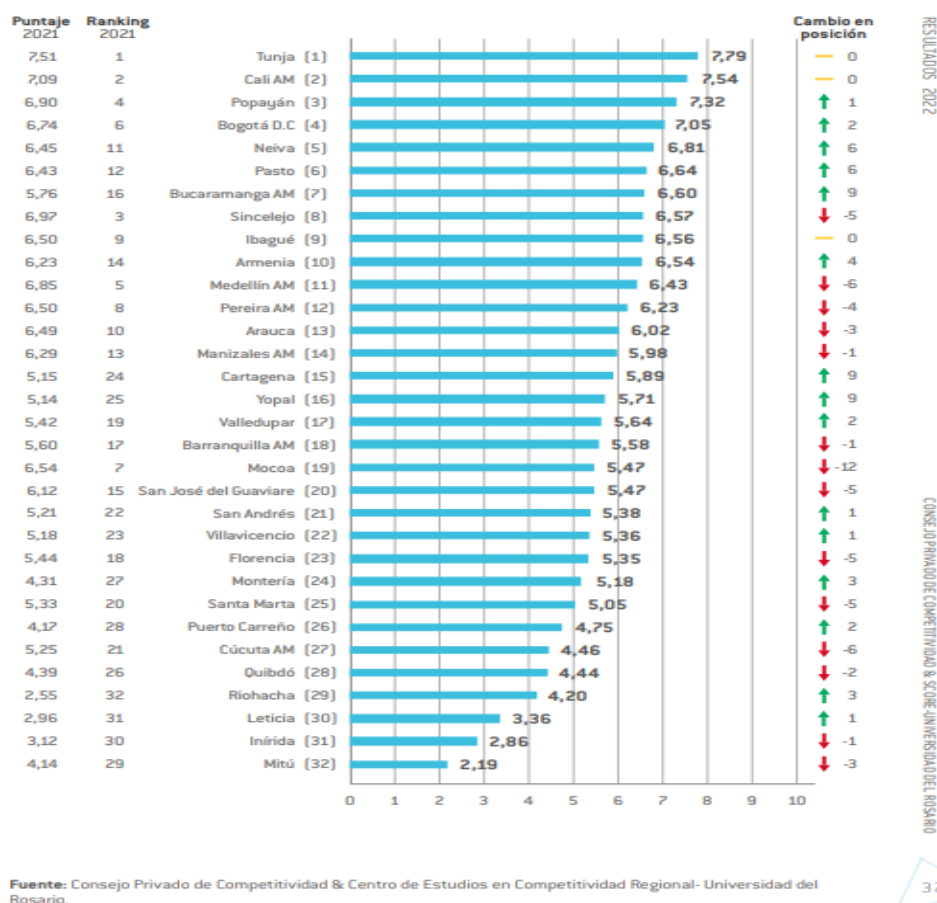


Figura 3. Ranking competitividad pilar Salud Colombia

De igual forma, en el estudio Nacional de evaluación de los servicios de las EPS- Régimen contributivo y Subsidiado 2021⁴⁴, se encontraron los siguientes resultados para el 2021, relacionados con algunos factores relacionados con la Humanización: el 82, 64%

⁴³ <https://urosario.edu.co/static/Documentos/La-universidad/ICC-2022.pdf>

⁴⁴ <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/CA/estudio-nacional-servicios-eps-regimen-contributivo-subsidiado2021.pdf>

recomendarían las EPS, el 78,7% califican como muy buena o buena la experiencia y el acceso a los servicios fue el ítem con menor calificación, con el 62,2%.

Comparación entre las encuestas nacionales de percepción de los servicios de las EPS 2014 - 2021



- **Adherencia:** hace referencia a si las personas recomendarían la EPS a la cual están afiliadas
- **Global:** Es la experiencia que percibe el usuario al utilizar los servicios de la EPS (calificación de muy bueno o bueno)
- **Acceso:** Nivel de acceso a los servicios de la EPS (fácil o muy fácil)

En el 2019 el impacto en acceso es un resultado de las liquidaciones de EPS presentadas en este año, lo cual generó mayor accesibilidad para los usuarios pero a su vez una caída en la satisfacción general. Por tanto, los usuarios no recomendaron tanto su EPS en el momento

Fuente: Proyectamos Colombia S.A.S con información de versiones anteriores de la evaluación de los servicios de las EPS desde 2014 a 2021

ESTUDIO NACIONAL DE EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LAS EPS – RÉGIMEN CONTRIBUTIVO Y SUBSIDIADO 2021



Figura 4. Evaluación de servicios EPS 2021

Respecto a los factores de los servicios los aspectos con menor calificación fueron los tiempos de espera, la simplicidad y agilidad en los trámites, así como el tiempo dedicado por el médico al proceso de atención.

SATISFACCIÓN

CALIFICACIÓN (algo satisfecho y totalmente satisfecho) DE LOS FACTORES DE SERVICIOS EN LOS ÚLTIMOS SEIS MESES

	RÉGIMEN		
	CONTRIBUTIVO	SUBSIDIADO	Total
El trato del personal administrativo: Oficinas de autorización, oficinas de atención al cliente, etc.	78,9%	76,2%	78,0%
El trato del personal asistencial: médicos, enfermeras, terapeutas, etc.	88,7%	84,9%	87,4%
Su cercanía a puntos de atención de su EPS (sedes regionales, puntos de atención o promotores)	75,2%	76,0%	75,5%
Las instalaciones de los prestadores de salud a donde lo envía su EPS	81,2%	83,3%	81,9%
La cercanía a hospitales y puestos de salud que la EPS contrate	74,6%	76,1%	75,1%
Tiempos de espera para la atención	66,7%	65,3%	66,2%
Simplicidad y agilidad en los trámites	64,5%	64,5%	64,5%

Base: 39.567.993 personas

Fuente: Proyectamos Colombia S.A.S con información de la evaluación de los servicios de las EPS 2021

ESTADO DE SALUD Y UTILIZACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD

OCDE: INCLUSIÓN EN LA ATENCIÓN MÉDICA

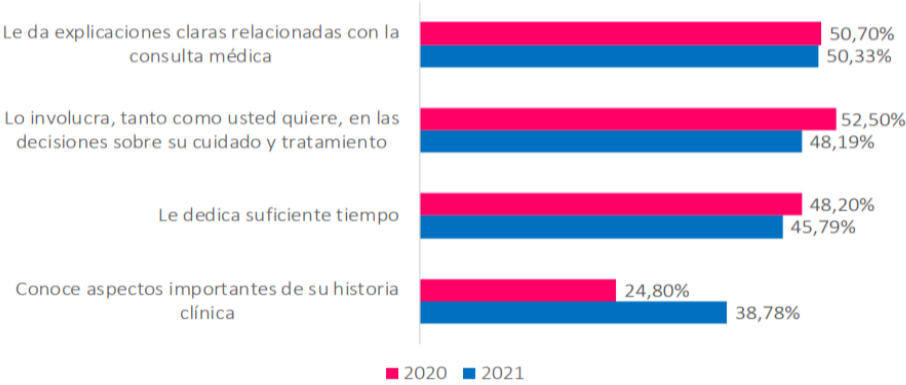
OCDE	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	POCAS VECES	NUNCA
Conoce aspectos importantes de su historia clínica	38,78%	26,60%	25,85%	5,38%
Le dedica suficiente tiempo	45,79%	19,22%	29,50%	2,05%
Lo involucra, tanto como usted quiere, en las decisiones sobre su cuidado y tratamiento	48,19%	22,28%	18,77%	6,22%
Le da explicaciones claras relacionadas con la consulta médica	50,33%	24,08%	20,96%	1,91%

Base: 39.567.993 personas

Fuente: Proyectamos Colombia S.A.S con información de la evaluación de los servicios de las EPS 2021

ESTADO DE SALUD Y UTILIZACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD

OCDE: INCLUSIÓN EN LA ATENCIÓN MÉDICA



Base: 39.567.993 personas

Fuente: Proyectamos Colombia S.A.S con información de la evaluación de los servicios de las EPS 2021

Según la Defensoría del Pueblo⁴⁵, “entre enero y septiembre de 2022 se presentaron 109.825 tutelas que invocaron el derecho a la salud, es decir 12.203 tutelas mensuales en promedio, superior en 58,31% a las 7.708 tutelas que en promedio se presentaron en 2021, año en el cual la cifra total de tutelas en salud llegó a 92.499 acciones.... El derecho a la salud es el segundo derecho más tutelado y representa el 24,47% del total”

“Las regiones con más tutelas en salud durante los primeros 9 meses de 2022 son: Antioquia con 19.016 acciones que representan el 17,31% del total nacional, Valle del Cauca con 12.286 (11,19%), Bogotá con 10.391 (9,46%), Norte de Santander con 9.211 (8,39%), Santander con 6.957 (6,33%) y (5,09%). En todas las regiones se presentan incrementos significativos en el promedio mensual”.

Según el informe publicado por la Superintendencia de Salud⁴⁶, **Bogotá, presentó para el 2022, la tercera tasa más alta por departamento de Peticiones, Quejas, Reclamos y Derechos de petición por atenciones en Salud (31,88), con un total de PQRD de 7.921.164.**

⁴⁵ [https://www.defensoria.gov.co/-/tutelas-en-salud-aumentaron-58-31-en-el-promedio-mensual-a-septiembre-de-2022-frente-a-2021#:~:text=frente%20a%202021-.Tutelas%20en%20salud%20aumentaron%2058%2C31%25%20en%20el%20promedio%20mensual,de%202022%20frente%20a%202021&text=Bogot%C3%A1%2C%20Diciembre%204%20de%202022%20\(Defensoria%40Col\).](https://www.defensoria.gov.co/-/tutelas-en-salud-aumentaron-58-31-en-el-promedio-mensual-a-septiembre-de-2022-frente-a-2021#:~:text=frente%20a%202021-.Tutelas%20en%20salud%20aumentaron%2058%2C31%25%20en%20el%20promedio%20mensual,de%202022%20frente%20a%202021&text=Bogot%C3%A1%2C%20Diciembre%204%20de%202022%20(Defensoria%40Col).)

⁴⁶

<https://docs.supersalud.gov.co/PortalWeb/ProteccionUsuario/EstadisticasPQRD/Forms/AllItems.aspx#InplviewHash027cb112-aa9f-4329-854b-e5012d1ef01f=FolderCTID%3D0x012001-SortField%3DLinkFilename-SortDir%3DAsc>

PQRO POR DEPARTAMENTO

CÁLCULO DE TASA CON EL PROMEDIO AFILIADOS AÑO CORRIDO															
DEPARTAMENTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL PQRO 2.022	*PROMEDIO AFILIADOS AÑO CORRIDO DICIEMBRE 2022	TASA AÑO CORRIDO
RISARALDA	3.562	3.405	4.145	3.470	4.084	3.953	3.885	3.492	3.408	3.170	3.161	2.736	42.471	995.845	42,65
VALLE DEL CAUCA	12.347	13.270	15.737	13.423	14.981	14.134	14.800	13.389	14.479	13.221	14.361	12.522	166.664	4.522.161	36,85
BOGOTÁ, D.C.	17.059	18.286	22.091	19.420	22.648	21.045	23.178	22.788	23.453	21.469	22.504	18.596	252.537	7.921.164	31,88
CALDAS	2.025	2.169	2.545	2.280	2.440	2.176	2.355	2.173	2.261	2.039	2.096	1.781	26.340	863.535	30,50
ANTIOQUIA	12.817	13.239	16.002	14.230	16.710	16.015	17.586	15.500	16.147	15.937	15.919	14.784	184.886	6.698.591	27,60
SANTANDER	4.136	4.361	4.925	4.188	5.146	5.211	5.918	5.613	5.542	5.190	5.392	4.571	60.193	2.189.969	27,49
TOLIMA	2.229	2.558	2.798	2.474	2.838	2.638	2.844	2.737	2.780	2.687	2.752	2.519	31.854	1.225.880	25,98
QUINDIO	1.247	1.155	1.383	1.113	1.210	1.216	1.263	1.079	1.161	1.074	1.069	932	13.902	562.069	24,73
HUILA	1.735	1.836	2.098	1.827	2.147	2.142	2.346	2.887	2.360	2.572	2.544	2.147	26.641	1.085.746	24,54
CUNDINAMARCA	3.923	4.441	5.239	4.632	5.374	5.158	5.797	5.404	6.240	5.638	5.823	4.968	62.637	2.573.581	24,34
META	1.398	1.487	1.722	1.553	1.912	1.799	2.124	2.002	2.080	2.042	2.201	1.835	22.155	1.013.459	21,86
CAUCA	1.497	1.621	1.889	1.786	1.739	1.680	1.900	1.624	1.703	1.667	1.848	1.739	20.693	955.243	21,66
BOYACÁ	1.677	1.810	1.937	1.650	2.094	2.037	2.193	2.233	2.273	2.160	2.178	1.680	23.922	1.152.718	20,75
ATLÁNTICO	4.259	4.383	4.721	4.572	5.016	4.913	5.141	4.624	4.480	4.388	4.115	4.022	54.634	2.719.602	20,09
CASANARE	465	521	682	541	610	675	725	802	899	723	809	640	8.092	412.998	19,59
NORTE DE SANTANDER	2.152	2.439	2.553	2.031	2.309	1.946	2.059	2.251	2.335	1.981	2.079	2.003	26.138	1.615.630	16,18
CESAR	1.295	1.368	1.621	1.271	1.515	1.393	1.689	1.600	1.591	1.505	1.560	1.424	17.832	1.161.422	15,35
SUCRE	870	1.037	1.282	1.012	1.222	1.088	1.168	1.091	1.250	1.064	1.249	1.022	13.355	950.128	14,06
ARAUCA	217	267	320	282	311	312	310	363	398	326	443	387	3.936	288.780	13,63
AMAZONAS	37	60	46	35	51	59	66	67	38	36	32	20	547	43.584	12,55
GUAINÍA	24	17	25	53	42	43	41	46	205	40	48	32	616	49.977	12,33
GUAVIARE	79	87	84	86	103	88	76	82	85	64	95	71	1.000	83.754	11,94
MAGDALENA	1.072	1.148	1.424	1.305	1.351	1.328	1.411	1.225	1.431	1.351	1.253	1.228	15.527	1.348.781	11,51
BOLÍVAR	1.863	1.882	2.143	1.935	1.961	2.223	2.285	2.119	2.021	2.087	2.003	2.089	24.611	2.249.056	10,94
PUTUMAYO	140	175	250	206	267	336	231	188	197	189	176	177	2.532	233.868	10,83
NARIÑO	740	979	1.245	1.135	1.371	1.229	1.231	1.158	1.098	1.073	1.227	1.021	13.507	1.253.495	10,78
CÓRDOBA	1.138	1.252	1.422	1.235	1.390	1.445	1.666	1.565	1.648	1.712	1.738	1.523	17.734	1.664.517	10,65
LA GUAJIRA	316	398	432	439	464	493	546	512	495	513	730	635	5.973	564.973	10,57
ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA	48	52	59	57	56	43	70	48	47	55	66	46	647	61.861	10,46
CHOCÓ	253	282	346	318	397	434	439	404	423	408	348	319	4.371	431.767	10,12
VICHADA	15	22	29	20	32	37	16	33	36	23	31	20	314	38.700	8,11
CAQUETÁ	165	202	223	210	225	235	269	288	297	317	287	289	3.007	404.307	7,44
VAUPÉS	16	19	11	6	12	16	12	14	10	8	6	9	139	26.149	5,32
TOTAL	80.816	86.228	101.429	88.795	102.028	97.540	105.640	99.401	102.871	96.729	100.143	87.787	1.149.407	47.363.307	TASA DPTO = 24,27

En el análisis de las causas más relevantes, se encuentran como macro motivos: la restricción en el acceso a los servicios de salud (83,6%); insatisfacción con el proceso administrativo (6,6%) y deficiencias en la efectividad de la atención en salud (6,3%).

PQRD POR MACROMOTIVO														
MACROMOTIVOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL AÑO 2.022	% PARTICIPACIÓN
RESTRICCIÓN EN EL ACCESO A LOS SERVICIOS DE SALUD	71.879	76.562	91.408	80.253	92.629	88.599	95.276	88.856	91.543	86.542	95.206	83.910	1.042.663	83,6%
INSATISFACCIÓN DEL USUARIO CON EL PROCESO ADMINISTRATIVO	6.500	7.485	7.776	6.555	7.375	6.743	7.761	8.123	8.263	7.517	4.994	3.788	82.880	6,6%
DEFICIENCIA EN LA EFECTIVIDAD DE LA ATENCIÓN EN SALUD	6.504	6.513	7.170	6.144	7.083	7.161	7.961	7.658	8.064	7.692	3.500	2.818	78.268	6,3%
NO RECONOCIMIENTO DE LAS PRESTACIONES ECONÓMICAS	2.541	2.370	3.181	2.908	3.148	2.832	3.368	3.295	3.487	3.353	4.947	4.502	39.932	3,2%
FALTA DE DISPONIBILIDAD O INAPROPIADO MANEJO DEL RECURSO HUMANO Y FÍSICO PARA LA ATENCIÓN	122	163	139	145	183	178	207	137	123	124	117	96	1.734	0,1%
PETICIONES, QUEJAS Y RECLAMOS INTERPUESTOS POR IPS-EPS, ENTIDADES TERRITORIALES Y ORGANISMOS DE CONTROL Y VIGILANCIA	165	209	180	156	149	107	125	126	98	112	99	134	1.660	0,1%
TOTAL	87.711	93.302	109.854	96.161	110.567	105.620	114.698	108.195	111.578	105.340	108.863	95.248	1.247.137	100,0%

Para el régimen subsidiado, se identifica que la EPS con mayor tasa de PQRD, corresponde a Capital Salud (35), con 41.340 PQRD interpuestas en el 2022.

PQRD POR EPS RÉGIMEN SUBSIDIADO

CÁLCULO DE TASA CON EL NÚMERO DE AFILIADOS DEL ÚLTIMO MES															
EPS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL AÑO 2.02	*PROMEDIO AFILIADOS AÑO CORRIDO DICIEMBRE 2022	TASA AÑO CORRIDO
CAPITAL SALUD	2.888	3.372	4.106	3.230	3.673	3.366	3.979	3.874	3.586	3.182	3.306	2.778	41.340	1.181.164	35,00
EMSSANAR	3.604	4.133	5.485	4.879	5.380	5.064	4.709	4.204	4.948	3.965	3851	3522	53.744	1.937.795	27,73
ECOPPOS	392	485	577	445	554	511	758	927	1.311	1.339	1.297	1.525	10.121	353.309	28,65
SAVIA SALUD EPS	2.400	2.595	3.145	2.556	2.956	2.895	3.361	2.976	2.893	2.995	3.404	3.506	35.682	1.662.716	21,46
CAPRESOCA	130	143	218	172	139	200	232	278	330	235	302	227	2.606	175.973	14,81
CAJACOP EPS	1.168	1.466	1.677	1.648	1.519	1.512	2.068	2.133	2.401	2.354	2.226	2.100	22.272	1.461.067	15,24
ASMET SALUD	1.835	1.990	2.209	1.816	2.091	2.293	2.663	2.594	2.840	2.804	2.979	2.858	28.972	1.981.824	14,62
COOSALUD	2.767	3.309	4.022	3.528	4.026	3.707	4.045	3.636	3.875	3.725	3766	3375	43.781	3.210.744	13,64
NUOVA EPS	2.829	3.275	3.981	3.731	4.337	4.564	4.685	4.553	5.077	5.176	5667	4820	52.695	3.624.548	14,54
CCF DE SUCRE Y/O FAMILIAR DE COLOMBIA	77	104	144	106	130	139	124	128	129	105	188	188	1.562	135.002	11,57
CCF ORIENTE "COMFAORIENTE"	92	149	153	97	128	123	138	127	200	164	213	191	1.775	227.962	7,79
MUTUAL SER	705	903	1.168	1.109	1.186	1.272	1.383	1.250	1.307	1.281	1337	1187	14.088	2.424.907	5,81
CCF CHOCO "COMFACHOCO"	39	49	64	68	74	109	139	72	95	102	73	74	958	176.182	5,44
**CCF DE LA GUAJIRA	46	66	99	108	88	112	115	115	94	103	219	0	1.165	222.128	0,00
**CONVIDA	888	988	1.110	993	974	957	1.098	889	1.210	0	0	0	9.047	322.952	0,00
**CCF HUILA "COMFAMILIAR HUILA"	803	855	965	837	1.122	1.189	1.298	1.696	145	0	0	0	8.910	362.881	0,00
**MEDIMÁS	1.672	1.934	1.245	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.851	105.377	0,00
TOTAL	22.335	25.816	30.368	25.263	28.377	28.013	30.795	29.452	30.441	27.530	28.828	26.351	333.569	19.566.511	TASA REGIMEN = 17,05

*NO SE CALCULA TASA PARA EPS LIQUIDADAS

*PQRD: SE EXCLUYEN LAS PQRD DE LAS EPS INDÍGENAS

* PROMEDIO AFILIADOS AÑO CORRIDO: TOTAL PROMEDIO AFILIADOS DEL AÑO CORRIDO EN MENCIÓN, EN ESTADO ACTIVO, ACTIVO POR EMERGENCIA, PROTECCIÓN LABORAL, SUSPENDIDO, SUSPENDIDO POR DOCUMENTO Y SUSPENDIDO POR MORIA QUE SE ENCUENTRAN EN LA BASE DE SIGPRO.

* TASA: NÚMERO DE QUEJAS POR CADA 1000 AFILIADOS SE CALCULA: [PQRD / PROMEDIO AFILIADOS AÑO CORRIDO POR 1000]

Teniendo en cuenta lo anterior, y considerando que aún en Colombia no se cuenta con una Política Nacional de Humanización en Salud aprobada por el Ministerio de Salud y Protección Social, se requiere que en el Distrito Capital, de forma proactiva fomente una política de humanización en la atención en salud y reconozca el día Distrital de la humanización en salud, con el fin de que se propicie una cultura de la humanización en los servicios de salud centrada en las personas, que garantice una atención digna, de respeto hacia el usuario y a su privacidad, pertinente, ética y segura, sin discriminación y con predominio de un enfoque diferencial, que contribuya al goce efectivo del Derecho a la Salud, mejore la experiencia de las personas en el sector salud de Bogotá y dé respuesta efectiva a las necesidades de las personas.

3.3 El Derecho a la Salud

Para la Organización Mundial de la Salud, garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades es importante para la construcción de sociedades prósperas. Esta Organización, ha establecido que el acceso a la salud y el bienestar es un derecho humano, y esta es la razón por la que la Agenda para el Desarrollo Sostenible ofrece una nueva oportunidad de garantizar que todas las personas, no solo las de mayor poder adquisitivo, puedan acceder a los más altos niveles de salud y asistencia sanitaria. Es así como, en los objetivos de desarrollo sostenible para mejorar el mundo por parte de la OMS, se ha establecido que garantizar una vida sana para todos exige un compromiso firme, ya que las personas sanas son la base de las economías saludables.

Adicionalmente, esta organización ha manifestado que *“el derecho a la salud incluye el acceso oportuno, aceptable y asequible a servicios de atención de salud de calidad suficiente.”* Es así como se ha establecido que la discriminación manifiesta o implícita en la prestación de servicios de salud viola derechos humanos fundamentales.⁴⁷

Un enfoque de la salud basado en los derechos humanos ofrece estrategias y soluciones que permiten afrontar y corregir las desigualdades, las prácticas discriminatorias y las relaciones de poder injustas que suelen ser aspectos centrales de la inequidad en los resultados sanitarios.⁴⁸

Por su parte la Corte Constitucional Colombiana ha establecido:

“el servicio público de salud, consagrado en la Constitución Política como derecho económico, social y cultural, ha sido desarrollado jurisprudencial y legislativamente, delimitando y depurando tanto el contenido del derecho, como su ámbito de protección ante la justicia constitucional. En estos términos, esta Corte al estudiar los complejos problemas

⁴⁷ **Salud y Derechos Humanos**, Violaciones de los derechos humanos en el ámbito de la salud, OMS 2017. Consultado en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/human-rights-and-health#:~:text=La%20Constituci%C3%B3n%20de%20la%20OMS,de%20salud%20de%20calidad%20suficiente.>

⁴⁸ Ibidem

que plantean los requerimientos de atención en salud, se ha referido a dos dimensiones de amparo, una como derecho y otra como servicio público a cargo del Estado. En cuanto a la salud como derecho fundamental, este debe ser prestado de manera oportuna, eficiente y con calidad, con fundamento en los principios de continuidad e integralidad; mientras que, respecto a la salud como servicio, se ha advertido que su prestación debe atender a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad.⁴⁹

Adicionalmente, la sentencia T-001/18 establece el carácter fundamental de la salud como derecho autónomo, definiéndolo como la *facultad que tiene todo ser humano de mantener la normalidad orgánica funcional, tanto física como en el plano de la operatividad mental, y de restablecerse cuando se presente una perturbación en la estabilidad orgánica y funcional de su ser*, y garantizándolo bajo condiciones de “oportunidad, continuidad, eficiencia y calidad, de acuerdo con el principio de integralidad”. Además, ha dicho que el derecho a la salud obedece a la necesidad de abarcar las esferas mentales y corporales de la persona y a la de garantizar al individuo una vida en condiciones dignas, teniendo en cuenta que la salud es un derecho indispensable para el ejercicio de las demás garantías fundamentales. (subrayado fuera de texto).

4. SUSTENTO JURÍDICO

4.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA

Artículo 1. Colombia es un Estado Social de Derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, *fundada en el respeto de la dignidad humana*, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.

Artículo 49. La atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud. Corresponde al Estado organizar, dirigir y reglamentar la prestación de servicios de salud a los habitantes y de saneamiento ambiental conforme a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad. También, establecer las

⁴⁹ Sentencia T-012 de 2020. Corte Constitucional, M.P. Diana Fajardo Rivera

políticas para la prestación de servicios de salud por entidades privadas, y ejercer su vigilancia y control. Así mismo, establecer las competencias de la Nación, las entidades territoriales y los particulares, y determinar los aportes a su cargo en los términos y condiciones señalados en la ley. Los servicios de salud se organizarán en forma descentralizada, por niveles de atención y con participación de la comunidad. La ley señalará los términos en los cuales la atención básica para todos los habitantes será gratuita y obligatoria. Toda persona tiene el deber de procurar el cuidado integral de su salud y la de su comunidad.

Artículo 79: hace referencia al derecho de todas las personas a gozar de un ambiente sano, para lo cual la ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarla.

Artículo 366: el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida, de la población son finalidades sociales del Estado, será objetivo fundamental de su actividad la solución de las necesidades insatisfechas de salud, de educación, de saneamiento ambiental y de agua potable.

Acto Legislativo 02 de 2009, consagra el derecho a la salud y establece que “la atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud

4.2. OTRAS NORMAS

4.2.1. Resolución 13437 de 1991 Adopta como postulados básicos para propender por la humanización en la atención a los pacientes garantizando el mejoramiento de la calidad en la prestación del servicio público de salud en las Instituciones Hospitalarias Públicas y Privadas, a través del decálogo de los deberes y derechos como la conformación dl comité ética hospitalaria

4.2.2 Ley 100 de 1993, “Por la cual se crea el Sistema de Seguridad Social Integral y se dictan otras disposiciones”, con principios de igualdad, enfoque diferencial y calidad mediante una atención humanizada

4.2.3. Decreto 1011 de 2006: Por el cual se establece el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención de Salud del Sistema General de Seguridad Social en Salud, cuyas acciones se orientarán a la mejora de los resultados de la atención en salud, centrados en el usuario....

4.2.4 Ley 1122 de 2007 Que realiza ajustes al Sistema General de Seguridad Social en Salud, teniendo como prioridad el mejoramiento en la prestación de los servicios a los usuarios. Con este fin se hacen reformas en los aspectos de dirección, universalización, financiación, equilibrio entre los actores del sistema, racionalización, y mejoramiento en la prestación de servicios de salud, fortalecimiento en los programas de salud pública y de las funciones de, inspección, vigilancia y control y la organización y funcionamiento de redes para la prestación de servicios de salud.

4.2.5. Resolución 4343 de 2012 Por medio de la cual se unifica la regulación respecto de los lineamientos de la carta de Derechos y Deberes del Afiliado y paciente en el Sistema General de Seguridad en Salud y de la Carta de Desempeño de las entidades promotoras de salud de los regímenes contributivo y subsidiado y se dictan otras disposiciones.

4.2.6 Ley 1438 de 2011 Por medio de la cual se reforma el Sistema General de Seguridad Social en Salud y se dictan otras disposiciones, tiene como objeto, el fortalecimiento del Sistema General de Seguridad Social en Salud, a través de un modelo de prestación del servicio público en salud que brinde servicios de mayor calidad, incluyente y equitativo. Define como principio la Calidad, indicando que los servicios de salud deberán atender las condiciones del paciente de acuerdo con la evidencia científica, provistos de forma integral, segura y oportuna, mediante una atención humanizada.

4.2.6 Ley 1751 de 2015 o Ley Estatutaria de la Salud, tiene por objetivo “garantizar el derecho a la salud, regularlo y establecer sus mecanismos de protección”. Define la garantía del derecho fundamental a la salud **como elemento esencial de la humanización reconociendo y garantizando la dignidad humana**

4.2.8. Resolución 0256 de 2016, del Ministerio de Salud y Protección Social Por la cual se dictan disposiciones en relación con el Sistema de Información para la Calidad y se establecen los indicadores para el monitoreo de la calidad en salud, donde se incorporan entre otros los de seguridad y **experiencia de la atención.**

4.2.9 Resolución 429 de 2016, del Ministerio de Salud y Protección Social definió la Política de Atención Integral en Salud (PAIS), cuyo objetivo general es orientar el sistema hacia la generación de las mejores condiciones de salud de la población mediante la regulación de las condiciones de intervención de los agentes hacia el “acceso a los servicios de salud de manera oportuna, eficaz y con calidad para la preservación, el mejoramiento y la promoción de la salud”

4.2.10 Resolución 2082 de 2014 del Ministerio de Salud y protección Social, Por la cual se dictan disposiciones para la operatividad del Sistema Único de Acreditación en Salud; y en su artículo 2 fija como Ejes trazadores en el Sistema único de Acreditación, entre otros, la Atención centrada en el usuario de los servicios de salud, cuya meta es identificar, satisfacer y exceder sus expectativas y necesidades, y la Humanización de la atención en salud, cuya meta es garantizar el respeto y la dignidad del ser humano,

4.2.11 Resolución 5095 de 2018 del Ministerio de Salud y Protección Social, definió el Sistema Único de Acreditación en Salud y establece estándares de calidad específicos para la humanización de los servicios de salud.

4.2.12 Resolución 3100 de 2019, del Ministerio de Salud y Protección Social Por la cual se definen los procedimientos y condiciones de inscripción de los prestadores de servicios de salud y de habilitación de los servicios de salud y se adopta el Manual de Inscripción de Prestadores y Habilitación de Servicios de Salud

4.2.13 Resolución 2626 de 2019, del Ministerio de Salud y Protección Social Por el cual se modifica la Política de Atención Integral en Salud-PAIS y se adopta el Modelo de Acción Integral Territorial MAITE.

4.2.14. Resolución 229 de 2020, del Ministerio de Salud y Protección Social, Por la cual se definen los lineamientos de la carta de derechos y deberes de la persona afiliada y del paciente en el Sistema General de Seguridad Social en Salud y de la carta de desempeño de las Entidades Promotoras de Salud (EPS) de los Regímenes, Contributivo y Subsidiado.

4.3.15 Circular 046 de 2022, Secretaría Distrital de Salud. Fortalecimiento de la atención humanizada centrada en la persona, en los servicios de Salud del Distrito Capital.

4.3.16. ACUERDO 927 DE 2024: Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas del distrito capital 2024-2027 “Bogotá Camina Segura”

Artículo 10. Programas del objetivo estratégico “Bogotá confía en su Bien-Estar”. Adóptense los siguientes programas del objetivo:

10.5. Programa 11. Salud con calidad y en el territorio. El programa desarrolla un modelo que busca la equidad y universalidad de la salud, con sostenibilidad y soportado en los conceptos de determinantes sociales de la salud, atención integral e integrada y participación social incidente. Se busca identificar y priorizar las desigualdades evitables en salud, para orientar la intervención de las políticas hacia la superación de las inequidades, con el propósito de abordar los determinantes sociales de la salud, lo cual significará que la salud vaya más allá de la atención médica tradicional, involucrando conocimientos y prácticas propias de medicina ancestral y partería de las comunidades étnicas u otras formas de proteger y cuidar la vida. En el marco de la atención prioritaria en salud, se abordarán de manera intersectorial y transectorial la promoción de la salud, la prevención de la enfermedad, el diagnóstico, el tratamiento y la rehabilitación del paciente en todos los niveles de complejidad, para garantizar un mayor nivel de bienestar en los usuarios, con enfoque de salud familiar y comunitaria, el cuidado, la gestión integral del riesgo en salud y el enfoque diferencial de territorios y poblaciones. Así mismo, se fortalecerán la atención integrada e interdependiente, la participación social, comunitaria y ciudadana y las redes integrales e integradas de servicios de salud. Así mismo, se buscará reducir las barreras geográficas para que las personas puedan acceder a servicios sociales que mejoren su bienestar y calidad de vida; es decir, su salud. Se hará énfasis en el sistema de cuidados y servicios sociales de Bogotá, que tiene el objetivo de promover la integración territorial, con acciones que, además de optimizar el uso del suelo, basado en estudios de suficiencia aseguren tanto una oferta accesible, asequible, diferencial y próxima de infraestructura y equipamientos como una mayor y mejor cobertura de servicios de cuidado y sociales. Por otra parte, se van a incluir mecanismos de articulación entre la oferta pública y privada que permita la gestión de conocimiento, la gestión integral del riesgo en salud pública y la definición de un modelo de urgencias territorializado, así como la gestión y desarrollo del talento humano de salud, (incluyendo el cuidado de su salud mental) y la prestación de los servicios de salud de mediana y alta complejidad de forma oportuna, continua, pertinente, humanizada, especializada, resolutive e integral para las y los habitantes y comunidad de Bogotá D. C. De forma complementaria, se contará con las condiciones y los requisitos para la organización, operación y funcionamiento de los centros reguladores de urgencias, emergencias y desastres, con la finalidad de que exista una adecuada y oportuna regulación de las urgencias y coordinación para la atención de emergencias o desastres, a través del fomento de la cooperación y la articulación de los diferentes actores del Sistema General de Seguridad Social en Salud y del Sistema Nacional de Prevención y Atención de Desastres (SNPAD).

5. COMPETENCIA DEL CONCEJO.

5.1. Constitución Política:

Artículo 287. Las entidades territoriales gozan de autonomía para la gestión de sus intereses, y dentro de los límites de la Constitución y la ley. En tal virtud tendrán los siguientes derechos:

2. Ejercer las competencias que les correspondan.

Artículo 313. Corresponde a los Concejos:

2. Reglamentar las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del municipio.

5.2. Decreto ley 1421 de 1993:

Artículo 12. Atribuciones. Corresponde al Concejo Distrital, de conformidad con la Constitución y la ley:

2. Dictar las normas necesarias para garantizar el adecuado cumplimiento de las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del Distrito (...)

6. IMPACTO FISCAL.

El presente proyecto de acuerdo no tiene impacto fiscal, toda vez que su implementación no demanda recursos adicionales en los cuales deba recurrir el Distrito Capital, atendiendo lo preceptuado en el artículo 7 de la ley 819 de 2003.

EDWARD A. ARIAS RUBIO

Autor

PROYECTO DE ACUERDO NO 006 DE 2025**PRIMER DEBATE**

“POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LINEAMIENTOS PARA EL FORTALECIMIENTO Y FOMENTO DE UNA POLÍTICA DE HUMANIZACIÓN EN LA ATENCIÓN EN SALUD EN EL DISTRITO CAPITAL, SE RECONOCE EL DÍA DISTRITAL DE LA HUMANIZACIÓN EN SALUD Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”.

El Concejo de Bogotá en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial, las conferidas el numeral 1º del artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993.

A C U E R D A

ARTÍCULO 1º - OBJETO. El presente Proyecto de Acuerdo tiene por objeto establecer lineamientos para el fortalecimiento y fomento de una política de humanización en la atención en salud en el Distrito Capital, y se reconoce el día Distrital de humanización, con el fin de que se propicie una cultura de la humanización de los servicios de salud, centrada en las personas, que garantice una atención digna, de respeto hacia el usuario y a su privacidad, pertinente, ética y segura, sin discriminación y con predominio de un enfoque diferencial, que contribuya al goce efectivo del Derecho a la Salud, mejore la experiencia de las personas en el sector salud de Bogotá y dé respuesta efectiva a las necesidades de las personas.

ARTÍCULO 2º- ESTRATEGIA. La Administración Distrital en cabeza de la Secretaria Distrital de Salud (SDS), realizará la formulación, implementación y evaluación de la Política Distrital de humanización de los servicios de Salud, que involucre a todos los niveles de la asistencia sanitaria y fortalezca la calidad de la atención sanitaria, que contemple entre otros lineamientos, los siguientes:

- La asistencia técnica por la SDS, para la formulación de programas y planes institucionales de humanización en salud que involucre a todos los niveles de asistencia sanitaria Distrital.

- El Respeto por los derechos de los pacientes, sin discriminación y con predominio de un enfoque diferencial, que mejore la experiencia de las personas en el sector salud de Bogotá y dé respuesta efectiva a las necesidades de las personas
- La capacitación al equipo de salud asistencial y administrativo, en torno a la humanización de servicios de salud para las EAPB, prestadores y demás implicados en los procesos de atención en salud, en el Distrito Capital.
- La cultura de la humanización en los servicios de salud centrada en las personas, promoviendo, no sólo cambios regulatorios, sino en actitudes, aptitudes, habilidades y competencias de todos los implicados en la asistencia sanitaria.
- La atención en salud digna, con ética a los pacientes y centrada en la persona, garantizando el acceso, la oportunidad, reducción de tiempos de espera, privacidad, derecho a la intimidad.
- Estrategias de cuidado acorde al ciclo de vida y manejo de patologías específicas
- Estrategias de Humanización en la salud mental
- Diseño de Ambientes físicos humanizados y seguros
- Difusión de Experiencias exitosas de Humanización en el Distrito Capital
- Alianzas estratégicas de los implicados en la asistencia sanitaria para propiciar una atención humanizada integral.
- La participación de los pacientes y sus familias en el desarrollo de las estrategias de humanización

En coordinación con la Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte, realizará actividades culturales y deportivas, que tengan como finalidad fomentar la difusión de los derechos y deberes del paciente y la cultura de humanización en el Distrito Capital.

A fin de identificar los avances, el Observatorio de Bogotá-Salud Data, recopilará, analizará y difundirá información de la humanización de los servicios de salud en el Distrito capital, y las buenas prácticas implementadas, que permitan mejorar la experiencia de las personas que consultan los servicios de Salud en Bogotá.

ARTÍCULO 3°. RECONOCER EL 12 DE DICIEMBRE COMO DÍA DISTRITAL DE LA HUMANIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD. Fecha en la cual cada año La Administración Distrital en cabeza de la Secretaria Distrital de Salud, realizará actividades para fortalecer la sensibilización de la humanización de los servicios de Salud.

Se escoge esta fecha, en la que también se reconoce el día de la Salud Universal⁵⁰, designado por las Naciones Unidas, que marca el aniversario del respaldo unánime de la cobertura sanitaria universal (CSU) (Salud universal, para la región de las Américas) en el 2012 como una prioridad esencial para el desarrollo internacional.

ARTÍCULO 4°. VIGENCIA. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación.

⁵⁰ <https://www.paho.org/es/campanas/dia-salud-universal-2022>

PROYECTO DE ACUERDO NO 007 DE 2025

PRIMER DEBATE

POR MEDIO DEL CUAL SE INCORPORA EL MONITOREO DE LA SEGURIDAD DEL PACIENTE EN EL OBSERVATORIO DE SALUD DEL DISTRITO CAPITAL Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES

1. OBJETO DEL PROYECTO DE ACUERDO

El presente Proyecto de Acuerdo tiene por objeto incorporar el monitoreo de la Seguridad del paciente en el Observatorio de salud del Distrito Capital, con el fin de que se recopile, analice y difunda la información relacionada con los eventos de seguridad del paciente, las buenas prácticas implementadas y las lecciones aprendidas, que permitan promover estrategias para minimizar el riesgo en los procesos de atención en salud y los costos de atención en salud.

2. ANTECEDENTES

PROYECTO	TRÁMITE
324 de 2023 "Por medio del cual se incorpora el monitoreo de la seguridad del paciente en el observatorio de salud del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones"	No fue sorteado Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022
378 de 2023 "Por medio del cual se incorpora el monitoreo de la seguridad del paciente en el observatorio de salud del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones"	Tramitado en la comisión segunda permanente de gobierno. Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022. Ponencia positiva del Concejal Diego Cancino y ponencia negativa del Concejal Fabian Puentes Sierra.

062 de 2024. "Por medio del cual se incorpora el monitoreo de la seguridad del paciente en el observatorio de salud del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones"	Tramitado en la comisión segunda permanente de gobierno. Archivado en virtud del art. 17 del acuerdo 837 de 2022. Ponencia positiva con modificaciones de los Concejales Juan Manuel Oviedo Arango y Oscar Bastidas
207 de 2024. "Por medio del cual se incorpora el monitoreo de la seguridad del paciente en el observatorio de salud del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones"	Se solicita desarchivo del P.A 062 de 2024 tal y como lo establece el parágrafo del artículo 79 del Reglamento interno, los ponentes ratificaron las ponencias
505 de 2024. "Por medio del cual se incorpora el monitoreo de la seguridad del paciente en el observatorio de salud del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones"	Se solicita desarchivo del P.A 207 de 2024 tal y como lo establece el parágrafo del artículo 79 del Reglamento interno, los ponentes ratificaron las ponencias
639 de 2024. "Por medio del cual se incorpora el monitoreo de la seguridad del paciente en el observatorio de salud del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones"	Se solicita desarchivo del P.A 505 de 2024 tal y como lo establece el parágrafo del artículo 79 del Reglamento interno, los ponentes ratificaron las ponencias

3.JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

3.1. Importancia de la Seguridad del Paciente en la atención sanitaria

La Organización Mundial de Salud (OMS) ⁵¹ define que el fin de *"la calidad de la asistencia sanitaria, es asegurar que cada paciente reciba el conjunto de servicios diagnósticos y terapéuticos más adecuado para conseguir una atención sanitaria*

⁵¹ <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/quality-health-services#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20calidad%3F,profesionales%20basados%20en%20datos%20probatorios> .

óptima, teniendo en cuenta todos los factores y los conocimientos del paciente y del servicio clínico, y lograr el mejor resultado con el mínimo riesgo de efectos iatrogénicos y la máxima satisfacción del paciente con el proceso".

En Colombia la seguridad del paciente es una de las características del Sistema Obligatorio de la Garantía de Calidad en Salud, establecido en el Decreto 1011 de 2006⁵² y la define como "el conjunto de elementos estructurales, procesos, instrumentos y metodologías basadas en evidencias científicamente probadas que propenden **por minimizar el riesgo de sufrir un evento adverso en el proceso de atención de salud o de mitigar sus consecuencias**. Implica la evaluación permanente de los riesgos asociados a la atención en salud para diseñar e implantar las barreras de seguridad necesarias" ⁵³.

Según la Organización de la Salud OMS ⁵⁴, "los daños a los pacientes generan una carga muy alta para todos los sistemas de salud del mundo. Cada año, un número inadmisiblemente de pacientes sufren traumatismos o mueren debido a prácticas de atención inseguras o deficientes. La mayor parte de esos traumatismos son evitables. La carga derivada de la atención poco segura pone de relieve la magnitud y el alcance del problema.

- Es probable que los daños ocasionados a pacientes por eventos adversos sean una de las 10 principales causas de defunción y discapacidad en todo el mundo.
- La mayoría de esas defunciones y lesiones son evitables.
- Por lo general se notifica que aproximadamente unos de cada 10 pacientes hospitalizados sufren daños prevenibles en al menos el 50% de los casos.
- Alrededor de dos tercios de todos los eventos adversos debidos a la atención poco segura, así como los años perdidos por discapacidad y defunción, se registran en países de ingresos bajos y medianos.

⁵² https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%201011%20DE%202006.pdf

⁵³ <https://www.minsalud.gov.co/salud/CAS/Paginas/seguridad-del-paciente.aspx>

⁵⁴ https://www.who.int/es/health-topics/patient-safety#tab=tab_2

Se estima que el costo de los daños asociados a las defunciones o la discapacidad permanente, que conlleva la pérdida de capacidad y productividad de los pacientes y familias afectados, asciende cada año a billones de dólares estadounidenses"

La atención sanitaria no está exenta de riesgos⁵⁵. Cuando se produce un incidente para la seguridad de los pacientes, ya sea un evento adverso o un incidente sin daño (casi error), los pacientes sufren física y emocionalmente el impacto del incidente; pero también los profesionales sienten miedo, dudas acerca de su capacidad para atender a los pacientes, ansiedad e inseguridad a consecuencia de estos incidentes. Es un sufrimiento distinto al del paciente, pero es un impacto negativo que incapacita, que aumenta la probabilidad de error en las horas y días siguientes, que invita a una medicina defensiva que, en conjunto, tiene consecuencias negativas para los pacientes, los profesionales y el sistema sanitario.

La OCDE ⁵⁶ en su informe "THE ECONOMICS OF PATIENT SAFETY IN PRIMARY AND AMBULATORY CARE" **indica que el gasto económico de los errores de seguridad es alto**. Los estudios disponibles estiman que los costes directos de los daños (las pruebas adicionales, los tratamientos y la atención sanitaria) en la atención primaria y ambulatoria se sitúan alrededor del 2,5% del gasto total en salud; pese a que, probablemente, esta aproximación subestima las cifras reales. Cada año, las lesiones generadas por errores de seguridad resultan en un 6% de días de estancia hospitalaria y en más de 7 millones de ingresos en los países de la OCDE. Esto, sumado al 15% de curas intensivas por daños originados durante la hospitalización. Como estrategias plantea que hay que fortalecer la gestión y vigilancia con regulaciones de seguridad unificadas a nivel nacional, vinculadas a la acreditación de los proveedores de salud, infraestructuras y organizaciones.... e implicar a los pacientes.

Para abordar esta problemática, en Colombia en el 2005 el Sistema Único de Acreditación en salud (estándares superiores de calidad), introdujo la exigencia de tener un sistema de reporte de eventos adversos, lo cual llevo voluntariamente a estas instituciones a diseñar, implementar y mejorar continuamente un programa de seguridad del paciente. Posteriormente, el componente de los requisitos

⁵⁵ J. Mira, S. Lorenzo, Las segundas víctimas de los incidentes para la seguridad de los pacientes. Revista calidad asistencial. Vol. 31. Núm. 52, páginas1-2, 2016. <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-calidad-asistencial-256-articulo-las-segundas-victimas-los-incidentes-S1134282X1630032X>

⁵⁶ <https://www.oecd.org/health/health-systems/The-Economics-of-Patient-Safety-in-Primary-and-Ambulatory-Care-April2018.pdf>

mínimos de calidad-Habilitación en salud del Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad definió como requisito mínimo a cumplir por parte de los prestadores de servicios de salud la implementación de programas de seguridad del paciente, procesos prioritarios y 10 buenas prácticas para la seguridad del paciente definidas como prioritarias (Resolución 3100 de 2019 Ministerio de Salud y Protección Social).

De ahí, que resulta sumamente importante recopilar, analizar y difundir la información relacionada con los eventos de seguridad del paciente en el Distrito Capital, las buenas prácticas implementadas y las lecciones aprendidas, que permita promover estrategias para minimizar el riesgo en los procesos de atención en salud.

3.2. Panorama de los eventos adversos en la atención sanitaria:

El reporte “Error es humano” del Instituto de Medicina de los Estados Unidos impulsó el movimiento mundial por la seguridad de los pacientes. En respuesta a este problema mundial, considerado como una epidemia, en 2004 la Organización Mundial de la Salud (OMS) creó la Alianza Mundial por la Seguridad del paciente, y conminó a los países miembros a trabajar en el tema para evitar eventos adversos prevenibles⁵⁷

Según la OMS⁵⁸ En los países de ingresos altos, se estima que uno de cada 10 pacientes sufre daños mientras recibe atención hospitalaria

- El daño puede ser causado por una serie de eventos adversos, de los cuales casi el 50% son prevenibles
- Cada año se producen 134 millones de eventos adversos por una atención poco segura en los hospitales de los países de ingresos bajos y medios, lo que provoca 2,6 millones de muertes.
- Se ha estimado que alrededor de dos tercios de todos los eventos adversos resultantes de una atención poco segura y los años perdidos por discapacidad y muerte (conocidos como

⁵⁷ <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/CA/Guia-buenas-practicas-seguridad-paciente.pdf>

⁵⁸ <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/patient-safety>

años de vida ajustados en función de la discapacidad, o AVAD) se producen en países de ingresos bajos y medios

- A nivel mundial, hasta 4 de cada 10 pacientes sufren daños en la atención sanitaria primaria y ambulatoria. Hasta el 80% de los daños se pueden prevenir. Los errores más perjudiciales están relacionados con el diagnóstico, la prescripción y el uso de medicamentos.
- En los países de la OCDE, el 15% del total de la actividad y el gasto hospitalarios es un resultado directo de eventos adversos.
- Las inversiones en la reducción de los daños a los pacientes pueden conducir a ahorros financieros significativos y, lo que es más importante, a mejores resultados para los pacientes. Un ejemplo de prevención es involucrar a los pacientes, lo cual, si se hace bien, puede reducir la carga de los daños hasta en un 15%

Las situaciones más preocupantes en relación con la seguridad del paciente, según los estudios referenciados por la OMS⁵⁹ son:

- Los **errores de medicación** que son una de las principales causas de lesiones y daños evitables en los sistemas de atención sanitaria: se estima que, en todo el mundo, el costo asociado a los errores de medicación asciende a US\$ 42 000 millones anuales
- Las **infecciones relacionadas con la atención sanitaria** afectan a 7 y 10 de cada 100 pacientes hospitalizados en países de ingresos altos y países de ingresos bajos y medios, respectivamente.
- Los **procedimientos quirúrgicos poco seguros** provocan complicaciones en hasta el 25% de los pacientes. Anualmente, casi siete millones de pacientes quirúrgicos sufren complicaciones significativas, de los que un millón fallece durante la intervención o inmediatamente después de ella.
- Las **prácticas de inyección poco seguras** en entornos de atención sanitaria pueden transmitir infecciones, entre ellas por el VIH y por los virus de la hepatitis B y C, y plantean un peligro directo para los pacientes y los profesionales sanitarios. Representan una carga de daños estimada en 9,2 millones de años de vida perdidos por discapacidad y muerte en todo el mundo.
- Los **errores diagnósticos** afectan aproximadamente al 5% de los adultos que reciben atención ambulatoria, y más de la mitad de estos errores pueden llegar a causar daños graves. La mayoría de las personas se ven afectadas por algún error de diagnóstico a lo largo de su vida.
- Las **prácticas de transfusión poco seguras** exponen a los pacientes al riesgo de reacciones adversas a la transfusión y de transmisión de infecciones. Los datos sobre reacciones adversas a la transfusión procedentes de un grupo de 21 países muestran una incidencia media de 8,7 reacciones graves por cada 100 000 unidades de componentes sanguíneos distribuidas
- Los **errores de irradiación** abarcan los casos de sobreexposición a la radiación y aquellos en los que se irradia al paciente incorrecto o la zona equivocada. Según un examen de los datos publicados a lo largo de 30 años sobre seguridad en radioterapia, se estima que la incidencia general de errores es de aproximadamente 15 por cada 10000 ciclos de tratamiento.
- A menudo, la **septicemia** no se diagnostica a tiempo para salvar la vida del paciente. Como muchas de las infecciones que la causan son resistentes a los antibióticos, pueden provocar

⁵⁹ <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/patient-safety>

un rápido deterioro de la situación clínica. Se estima que anualmente se ven afectadas 31 millones de personas en todo el mundo, de las que más de 5 millones fallecen.

- Las **tromboembolias venosas** son una de las causas más frecuentes y prevenibles de daños a los pacientes, y suponen una tercera parte de las complicaciones atribuidas a la hospitalización. Se estima que anualmente se registran 3,9 millones de casos en los países de ingresos altos y 6 millones de casos en los países de ingresos bajos y medios.

El estudio IBEAS realizado en 5 países de Latinoamérica ⁶⁰ (México, Costa Rica, Colombia, Perú y Argentina) evidencio que en promedio 1 de cada 10 pacientes hospitalizados (10%) sufren al menos un daño durante su atención. En Colombia el estudio mostró una prevalencia de eventos adversos del 13,1%, el 27.3% de los eventos se presentaron en menores de 15 años y el 27.7% se presentaron durante la realización de un procedimiento.

De igual forma en el estudio de prevalencia de eventos adversos en la atención ambulatoria, AMBEAS, realizado en 4 países de Latinoamérica (México, Colombia, Perú y Brasil, se identificó una prevalencia de eventos adversos del 5.6%, siendo el 50% prevenibles, donde el 73.3% de ellos estuvo relacionado con la medicación⁶¹.

3.3. Observatorios de Calidad y Seguridad del paciente

A nivel mundial se han establecido observatorios de calidad en salud que realizan monitoreo de indicadores, para la toma de decisiones que mejoren entre otros la Seguridad del Paciente.

El Plan de calidad Español contempla un observatorio, que monitorea la seguridad del paciente e incorpora buenas prácticas ⁶², también cuenta con observatorios de Seguridad en varias de sus comunidades como en Andalucía⁶³ como difusor de buenas prácticas, además el Observatorio de la Atención al Paciente en España que promueve el conocimiento entorno a la situación actual de los pacientes en este País y contribuye a generar un cambio efectivo en la gestión de la cronicidad.

64

⁶⁰ https://seguridaddelpaciente.es/resources/contenidos/castellano/2009/INFORME_IBEAS.pdf

⁶¹ <https://studylib.es/doc/4544720/resultados-estudio-ambeas>

⁶² <https://seguridaddelpaciente.es/es/proyectos/participacion-internacional/ocde/>

⁶³ https://superdesalud.gov.cl/observatorio/671/articles-10236_4_Antonio_Torres_Olivera.pdf

⁶⁴ <https://www.plataformadepacientes.org/observatorio-de-la-atencion-al-paciente>

En otros países como Argentina (Instituto de Investigaciones Epidemiológicas); Australia (Australian Council for Safety and Quality in Health Care); Canadá (Canadian Institute for Health Information); Estados Unidos (Joint Commission on Accreditation of Health Care Organizations; Institute for safe medication practices; Francia (Agence Nationale d'Accréditation et d'Evaluation en Santé y Chile, entre otros, se cuenta con Agencias y Observatorios que monitorean la Seguridad del paciente, e impulsan la implementación de buenas prácticas para la minimización de riesgos para los pacientes y propenden por la contención de costos⁶⁵.

Colombia cuenta con un Observatorio Nacional de Calidad en Salud⁶⁶, el cual, es un sistema inteligente que estructura, organiza y dispone la información sobre la calidad de la atención en salud a la población colombiana, así mismo, brinda un conjunto de herramientas que facilitan la difusión, la estandarización de indicadores y la disponibilidad de canales de acceso para el seguimiento y evaluación del sistema de salud en términos de los atributos de calidad, humanización y resultados en salud de los diferentes agentes del sector, **para contribuir con la orientación de estrategias para institucionalizar la cultura del mejoramiento de calidad, la humanización en salud y la seguridad del paciente**, que impacten verdaderamente en mejorar la experiencia en salud de la población del nuestro país.

El observatorio entre otros tiene la finalidad de:

- Gestionar la información en conocimiento e indicadores de calidad en la atención en salud que permitan comprender las condiciones y contexto en salud.

⁶⁵ <http://www.errorenmedicina.anm.edu.ar/> ; <http://www.safetyandquality.org>
<http://secure.cihi.ca/cihiweb/>
<http://www.jcaho.org>
<http://www.ismp.org>
<http://www.patientsafety.gov/>
<http://www.anaes.fr>

⁶⁶ <https://www.sispro.gov.co/observatorios/oncalidadsalud/Paginas/quienes-somos.aspx>

- Impulsar la intersectorialidad, articulación y colaboración entre actores, para la administración e integración de fuentes al Sistema de Información en Salud, con datos que permitan realizar seguimiento a la calidad en salud.
- Realizar el monitoreo permanente en las condiciones de calidad en la atención en salud y sus tendencias.
- Seguir el comportamiento de la salud y en general la efectividad de la misma, para disponer al Sector de la Salud, insumos que permitan orientar políticas encaminadas a reducir los principales problemas de salud pública de forma íntegra, humana, segura, oportuna y equitativa.
- Desarrollar e implementar modelos predictivos y de alertas tempranas teniendo en cuenta el comportamiento y evolución de las condiciones de calidad en la atención en salud.
- Difundir y comunicar la evidencia sobre evaluación de actores en salud y sistemas de calidad, generada de forma eficiente, para que oriente políticas públicas en una implementación sistemática y efectiva de la calidad, humanización y seguridad en los diferentes niveles de acción de la salud pública.
- Promover la producción de conocimiento sobre la calidad en la atención en salud a partir de la conformación de redes de expertos soportadas en las tecnologías de la comunicación y la información.
- Poner a disposición de los diferentes agentes del Sector Salud, la información y el conocimiento disponible sobre la calidad en la atención en salud.

Dentro de las líneas temáticas del Observatorio Nacional de Calidad en Salud se incluye como uno de sus componentes la Seguridad del paciente.

Figura 2. Líneas temáticas Observatorio Nacional de Calidad en Salud
<https://www.sispro.gov.co/observatorios/oncalidadsalud/Paginas/default.aspx>

Líneas Temáticas



3.4. Observatorio de Bogotá- Salud Data⁶⁷

Es un espacio web de información abierta, acerca de la situación en salud de Bogotá D.C. y sus determinantes, que le permite a la ciudadanía interactuar y conocer información, recursos y servicios, que le proporcionan evidencia para la apropiación de conductas saludables en la comunidad.

Dentro de los objetivos específicos del Observatorio se encuentran:

- Recopilar, analizar y difundir información en salud y sus determinantes.
- Generar canales de comunicación de doble vía entre la ciudadanía y la administración pública, para fomentar los espacios de escucha y participación ciudadana en la promoción y fomento de la salud.

⁶⁷ <https://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/nosotros/>

- Promover la apropiación social del conocimiento sobre la ciudad como espacio vital e incentivar prácticas saludables dando a conocer los factores de riesgo que inciden en la salud de los ciudadanos y comunidades.
- Fomentar la participación ciudadana en la adopción de prácticas saludables, identificación y formulación de soluciones a las problemáticas en los servicios salud.
- Fortalecer la relación entre la administración pública y la ciudadanía a través de un entorno confiable que promueva la transparencia y el control social, mediante el uso de las tecnologías de información y comunicaciones

Y las funciones son:

1. Ser un instrumento permanente de consolidación, análisis y difusión de información y conocimiento.
2. Generar información comprensible, acertada, oportuna y medible para distintos públicos objetivo.
3. Comunicar, publicar e informar el análisis de los datos, investigaciones y experiencias en salud.
4. Apoyar la toma de decisiones con propuestas basadas en análisis de la información en salud.
5. Contribuir a la formulación de estudios e investigaciones en salud.
6. Monitorear la política pública en salud.

En la figura 1 se presentan los componentes de los Datos de Salud del Observatorio de Bogotá, en el cual no se monitorea en forma directa la Seguridad del Paciente, aun cuando es

Figura 1: Componentes del observatorio de Salud- Salud Data

<https://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/>



Datos de Salud



3.5 El Derecho a la Salud

Para la Organización Mundial de la Salud, garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades es importante para la construcción de sociedades prósperas. Esta Organización, ha establecido que el acceso a la salud y el bienestar es un derecho humano, y esta es la razón por la que la Agenda para el Desarrollo Sostenible ofrece una nueva oportunidad de garantizar que todas las personas, no solo las de mayor poder adquisitivo, puedan acceder a los más altos niveles de salud y asistencia sanitaria. Es así como, en los objetivos de desarrollo sostenible para mejorar el mundo por parte de la OMS, se ha establecido que

garantizar una vida sana para todos exige un compromiso firme, ya que las personas sanas son la base de las economías saludables.

Adicionalmente, esta organización ha manifestado que *“el derecho a la salud incluye el acceso oportuno, aceptable y asequible a servicios de atención de salud de calidad suficiente.”* Es así como se ha establecido que la discriminación manifiesta o implícita en la prestación de servicios de salud viola derechos humanos fundamentales.⁶⁸

Un enfoque de la salud basado en los derechos humanos ofrece estrategias y soluciones que permiten afrontar y corregir las desigualdades, las prácticas discriminatorias y las relaciones de poder injustas que suelen ser aspectos centrales de la inequidad en los resultados sanitarios.⁶⁹

Por su parte la Corte Constitucional Colombiana ha establecido:

“el servicio público de salud, consagrado en la Constitución Política como derecho económico, social y cultural, ha sido desarrollado jurisprudencial y legislativamente, delimitando y depurando tanto el contenido del derecho, como su ámbito de protección ante la justicia constitucional. En estos términos, esta Corte al estudiar los complejos problemas que plantean los requerimientos de atención en salud, se ha referido a dos dimensiones de amparo, una como derecho y otra como servicio público a cargo del Estado. En cuanto a la salud como derecho fundamental, este debe ser prestado de manera oportuna, eficiente y con calidad, con fundamento en los principios de continuidad e integralidad; mientras que, respecto a la salud

⁶⁸ Salud y Derechos Humanos, Violaciones de los derechos humanos en el ámbito de la salud, OMS 2017. Consultado en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/human-rights-and-health#:~:text=La%20Constituci%C3%B3n%20de%20la%20OMS,de%20salud%20de%20calidad%20suficiente.>

⁶⁹ Ibidem

como servicio, se ha advertido que su prestación debe atender a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad.⁷⁰

Adicionalmente, la sentencia T-001/18 establece el carácter fundamental de la salud como derecho autónomo, definiéndolo como la *facultad que tiene todo ser humano de mantener la normalidad orgánica funcional, tanto física como en el plano de la operatividad mental, y de restablecerse cuando se presente una perturbación en la estabilidad orgánica y funcional de su ser*", y garantizándolo bajo condiciones de "oportunidad, continuidad, eficiencia y calidad, de acuerdo con el principio de integralidad". Además, ha dicho que el derecho a la salud obedece a la necesidad de abarcar las esferas mentales y corporales de la persona y a la de garantizar al individuo una vida en condiciones dignas, teniendo en cuenta que la salud es un derecho indispensable para el ejercicio de las demás garantías fundamentales. (subrayado fuera de texto).

4. SUSTENTO JURÍDICO

4.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA

Artículo 1. Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de república unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.

Artículo 49. La atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud. Corresponde al Estado organizar, dirigir y reglamentar la prestación de servicios de salud a los habitantes y de saneamiento ambiental conforme a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad. También, establecer las políticas para la prestación de servicios de salud por entidades privadas, y ejercer su vigilancia y control. Así mismo, establecer

⁷⁰ Sentencia T-012 de 2020. Corte Constitucional, M.P. Diana Fajardo Rivera

las competencias de la Nación, las entidades territoriales y los particulares, y determinar los aportes a su cargo en los términos y condiciones señalados en la ley. Los servicios de salud se organizarán en forma descentralizada, por niveles de atención y con participación de la comunidad. La ley señalará los términos en los cuales la atención básica para todos los habitantes será gratuita y obligatoria. Toda persona tiene el deber de procurar el cuidado integral de su salud y la de su comunidad.

Artículo 79: hace referencia al derecho de todas las personas a gozar de un ambiente sano, para lo cual la ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarla.

Artículo 366: el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida, de la población son finalidades sociales del Estado, será objetivo fundamental de su actividad la solución de las necesidades insatisfechas de salud, de educación, de saneamiento ambiental y de agua potable.

Acto Legislativo 02 de 2009, consagra el derecho a la salud y establece que “la atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud

4.2. OTRAS NORMAS

4.2.1. Ley 100 de 1993, “Por la cual se crea el Sistema de Seguridad Social Integral y se dictan otras disposiciones” **en sus artículos 186 y 227** establece la creación de un Sistema de Garantía de Calidad y de Acreditación en Salud

4.2.2. Resolución 5261 de 1994: Manual de Actividades, Intervenciones y Procedimientos del Plan Obligatorio de Salud en el SGSSS

4.2.3. Decreto 1011 de 2006: Por el cual se establece el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención de Salud del Sistema General de Seguridad Social en Salud y en su artículo 3 define la Seguridad como una característica de la Calidad.

4.2.4 Ley 1122 de 2007 introdujo al Sistema General de Seguridad Social en Salud, que además se ocupó del equilibrio entre los actores del sistema, la financiación, la inspección, vigilancia y control y la organización de redes para la prestación de servicios de salud. Obliga al Ministerio de Salud y Protección Social a definir el Sistema Integrado de Información de la Protección Social –SISPRO–

4.2.5. Ley 1438 de 2011 Por medio de la cual se reforma el Sistema General de Seguridad Social en Salud y se dictan otras disposiciones, tiene como objeto, el fortalecimiento del Sistema General de Seguridad Social en Salud, a través de un modelo de prestación del servicio público en salud que brinde servicios de mayor calidad, incluyente y equitativo.

4.2.6 Resolución 1281 de 2014 del Ministerio de Salud y protección Social, , que tiene por objeto establecer los lineamientos que permiten la integración de la información en salud generada por los Registros, Observatorios y Sistemas de Seguimiento Nacionales –ROSS- al Observatorio Nacional de Salud ONS-INS, articulándolos al Sistema de información en Salud y Protección Social SISPRO

4.2.7. Ley 1751 de 2015 o Ley Estatutaria de la Salud, tiene por objetivo “garantizar el derecho a la salud, regularlo y establecer sus mecanismos de protección”. Fue promulgada como un nuevo contrato social entre el Estado y la sociedad, con el fin de compaginar tanto la naturaleza como el contenido del derecho fundamental a la salud y constituye una oportunidad para reorientar las prioridades del Sistema, así como su operación hacia el beneficio del ciudadano.

4.2.8. Resolución 0256 de 2016, del Ministerio de Salud y Protección Social Por la cual se dictan disposiciones en relación con el Sistema de Información para la Calidad y se establecen los indicadores para el monitoreo de la calidad en salud

4.2.9 Resolución 429 de 2016, del Ministerio de Salud y Protección Social definió la Política de Atención Integral en Salud (PAIS), cuyo objetivo general es orientar el sistema hacia la generación de las mejores condiciones de salud de la población mediante la regulación de las condiciones de intervención de los agentes hacia el “acceso a los servicios de salud de manera oportuna, eficaz y con calidad para la preservación, el mejoramiento y la promoción de la salud”

4.2.10 Resolución 5095 de 2018 del Ministerio de Salud y Protección Social, definió el Sistema Único de Acreditación en Salud y se incorpora el Eje de Gestión Clínica Excelente y Segura, con estándares superiores en busca de la excelencia.

4.2.11 Resolución 3100 de 2019, del Ministerio de Salud y Protección Social Por la cual se definen los procedimientos y condiciones de inscripción de los prestadores de servicios de salud y de habilitación de los servicios de salud y se adopta el Manual de Inscripción de Prestadores y Habilitación de Servicios de Salud

4.2.12 Resolución 2626 de 2019, del Ministerio de Salud y Protección Social contempla los elementos constitutivos de la definición de la Política de Atención Integral en Salud expuestos en la Resolución 429 de 2016: garantía del derecho fundamental de la salud, un sistema centrado en el ciudadano,

mejores condiciones de salud para la población, garantía de las intervenciones en salud, la coordinación intersectorial/ transectorial y la articulación e interacción de los agentes del sistema de salud.

4.2.13. Plan de Desarrollo Económico, Social, Ambiental y de Obras Públicas del Distrito Capital “2024-2027 “Bogotá Camina Segura”

10.4. Programa 10. Salud Pública Integrada e Integral.

10.5. Programa 11. Salud con calidad y en el territorio.

5. COMPETENCIA DEL CONCEJO.

5.1. Constitución Política:

Artículo 287. Las entidades territoriales gozan de autonomía para la gestión de sus intereses, y dentro de los límites de la Constitución y la ley. En tal virtud tendrán los siguientes derechos:

2. Ejercer las competencias que les correspondan.

Artículo 313. Corresponde a los Concejos:

3. Reglamentar las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del municipio.

5.2. Decreto ley 1421 de 1993:

Artículo 12. Atribuciones. Corresponde al Concejo Distrital, de conformidad con la Constitución y la ley:

3. Dictar las normas necesarias para garantizar el adecuado cumplimiento de las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del Distrito (...)

6. IMPACTO FISCAL.

El presente proyecto de acuerdo no tiene impacto fiscal, toda vez que su implementación no demanda recursos en los cuales deba recurrir el Distrito Capital, atendiendo lo preceptuado en el artículo 7 de la ley 819 de 2003.

Cordialmente

EDWARD A. ARIAS RUBIO
Concejal de Bogotá

PROYECTO DE ACUERDO NO 007 DE 2025

PRIMER DEBATE

“POR MEDIO DEL CUAL SE INCORPORA EL MONITOREO DE LA SEGURIDAD DEL PACIENTE EN EL OBSERVATORIO DE SALUD DEL DISTRITO CAPITAL Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES.

El Concejo de Bogotá en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial, las conferidas el numeral 1° del artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993.

A C U E R D A

ARTÍCULO 1° - OBJETO. El presente Proyecto de Acuerdo tiene por objeto incorporar el monitoreo de la Seguridad del paciente en el Observatorio de salud del Distrito Capital, con el fin de que se recopile, analice y difunda la información relacionada con los eventos de seguridad del paciente, las buenas prácticas implementadas y las lecciones aprendidas, que permitan promover estrategias para minimizar el riesgo en los procesos de atención en salud y en los costos de atención en salud.

ARTÍCULO 2°- ESTRATEGIA. La Administración Distrital en cabeza de la Secretaria Distrital de Salud, realizará la incorporación del componente de la Seguridad del paciente en el Observatorio de Bogotá –Salud Data, con el fin de monitorear los eventos de seguridad (eventos adversos e incidentes), la cultura de seguridad, los tipos de eventos de seguridad, el avance en la implementación de las buenas prácticas de seguridad, las lecciones aprendidas, la publicación de informes de seguridad del paciente, entre otros, que promuevan la minimización de riesgos en el proceso de atención en salud en los costos de la atención en salud

ARTÍCULO 3°. VIGENCIA. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación.

PROYECTO DE ACUERDO NO 008 DE 2025

PRIMER DEBATE

“POR MEDIO DEL CUAL SE PROMUEVEN Y FORTALECEN LOS NEGOCIOS LOCALES, EMPRENDIMIENTOS Y MIPYMES PERTENECIENTES AL SECTOR DE ESTÉTICA, BELLEZA Y PELUQUERÍAS EN EL DISTRITO”

1. OBJETO DEL PROYECTO

Promover y fortalecer los negocios locales, emprendimientos y MIPYMES dedicadas al sector de la belleza, estética y peluquerías en el Distrito Capital de Bogotá mediante la implementación de incentivos y estrategias que impulsen la colaboración interinstitucional, el desarrollo económico, el acceso a herramientas de formación y la innovación dentro de este sector. Se busca fomentar el crecimiento y la competitividad de aquellos negocios que ofrezcan productos y servicios de calidad, contribuyendo al bienestar y la satisfacción de los consumidores, así como al fortalecimiento de la industria local de belleza.

2. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

2.1 Panorama nacional

Según la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia - ANDI, en 2023 las ventas de productos cosméticos y de aseo a nivel nacional superaron las logradas antes de la pandemia, al alcanzar los US\$5.369 millones. El crecimiento de ventas del sector de belleza y cuidado personal en Colombia, los productos de belleza y cuidado personal alcanzó ventas US\$2.015 millones. En los últimos tres años, el número de salones de belleza y spas en Colombia ha aumentado en un 20%. De igual manera, en promedio, cada colombiano gasta un promedio de \$230.000 al año en productos de belleza y cuidado personal; esto significó un aumento del 11,8% en comparación con 2022. De esta manera dichos productos y servicios hacen parte fundamental de la canasta familiar (ANDI, 2024)⁷¹. Este crecimiento refleja la expansión de servicios de cuidado personal y bienestar en diversas regiones del país, no solo en las principales ciudades. La demanda de productos de belleza naturales y orgánicos ha aumentado significativamente, se estima que este segmento específico creció un 15% en 2023, impulsado por una mayor conciencia sobre la salud y el medio ambiente entre los consumidores colombianos (Ariza, 2024)⁷².

De abril a septiembre de 2020, las ventas de cosméticos y productos de cuidado personal en Colombia se desplomaron con respecto al año anterior, registrando tasas de disminución interanual de entre 5,2% y 15,5%. Este retroceso está asociado a las repercusiones de la pandemia por COVID-19. A

⁷¹ ANDI (2024). Cada colombiano gasta un promedio de \$449.000 al año en productos de belleza, cuidado personal y aseo del hogar: Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI. Recuperado de: <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17696-cada-colombiano-gasta-un-promedio-de-44#:~:text=Productos%20cosm%C3%A9ticos%20y%20de%20cuidado,%2C8%25%20frente%20al%202022.>

⁷² Ariza, Amin. (2024). 5 datos que muestran la proyección del mercado de la belleza en Colombia. *Escuela Amin Ariza*. Recuperado de: <https://escuelaaminariza.edu.co/5-datos-que-muestran-la-proyeccion-del-mercado/>. Accessed December 2024.

enero de 2022, la variación de las ventas de cosméticos y productos de cuidado personal ascendió a un 14,8% como muestra la Figura 1. (Research Department,)⁷³

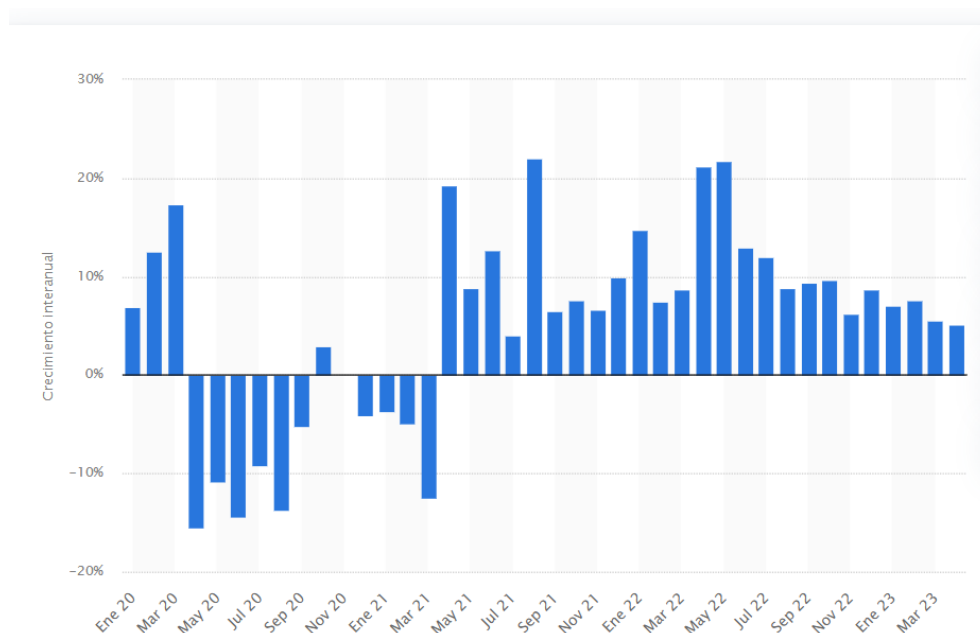


Figura 1. Variación de las ventas de productos de cosmética, cuidado personal y perfumería en Colombia de enero de 2020 a abril de 2023. Fuente: Statista

Asimismo, en 2023, Colombia exportó más de 232,5 millones de dólares estadounidenses en maquillaje, productos de belleza y artículos para el cuidado de la piel. Por su parte, las exportaciones de productos para el cuidado del cabello del país sudamericano ascendieron a unos 134,2 millones de dólares. Los perfumes y agua de tocador cerraron el podio de exportaciones colombianas, con un total de 76,5 millones de dólares exportados.(Research Department, 2024)⁷⁴

⁷³ Statista. Variación de las ventas de productos de cosmética, cuidado personal y perfumería en Colombia de enero de 2020 a abril de 2023. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/1304027/colombia-crecimiento-de-las-ventas-de-productos-de-belleza-e-higiene/>

⁷⁴ Statista. Exportaciones de cosméticos y productos de cuidado personal desde Colombia en 2023, por categoría. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/1320325/colombia-valor-de-exportacion-de-productos-de-belleza-e-higiene-por-categoria/>

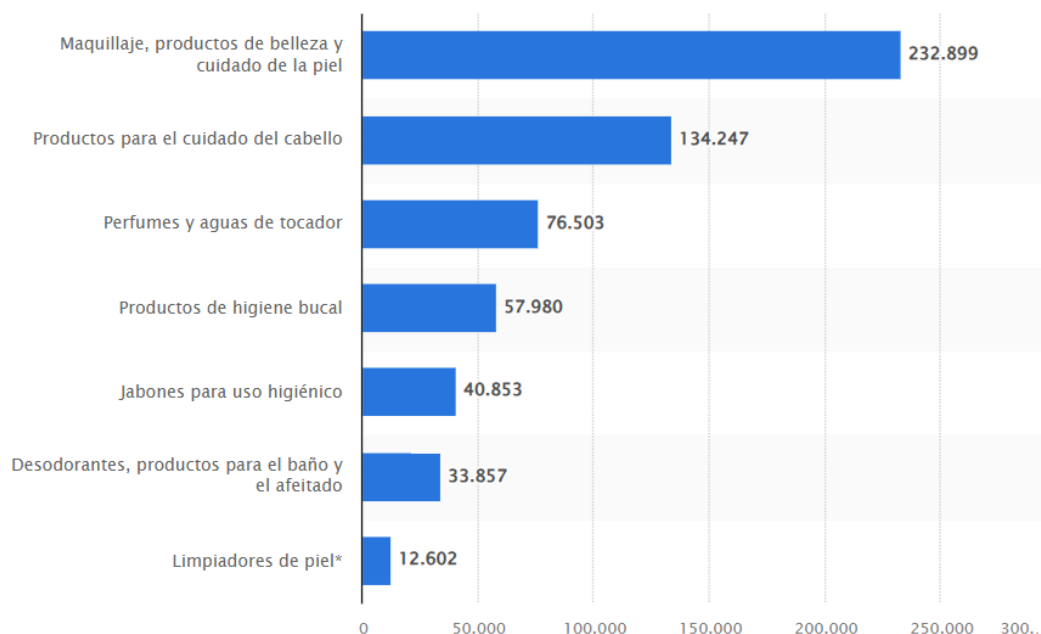


Figura 2. Exportaciones de cosméticos y productos de cuidado personal desde Colombia en 2023, por categoría.. Fuente: Statista

Otro aspecto que remarca la creciente importancia del sector en el país radica en la feria de salud y belleza de 2024, en la que ProColombia participó en una rueda de negocios que contó con la participación de 13 compradores internacionales provenientes de América y el Caribe. De acuerdo con Carmen Caballero, presidente de ProColombia, “con eventos como este, ProColombia logra consolidar a la Feria Belleza y Salud como un espacio clave para la internacionalización del sector cosmético colombiano y para la creación de oportunidades de negocio que benefician tanto a grandes como pequeñas empresas del país” (ProColombia, 2024)⁷⁵

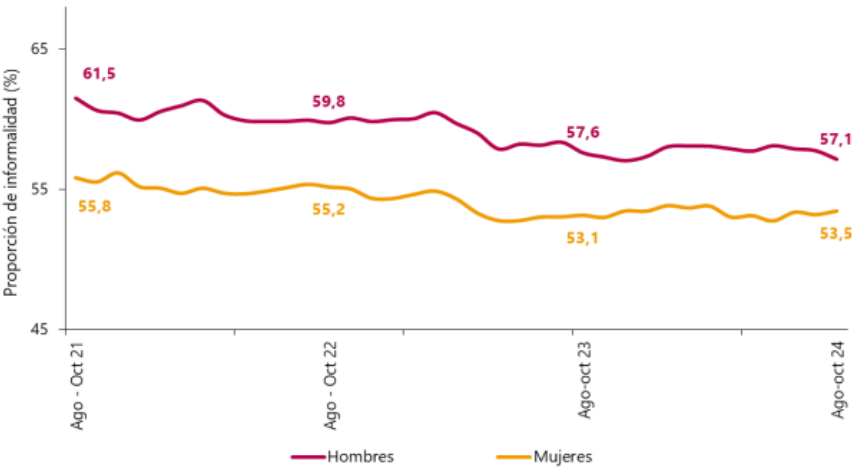
No obstante, las peluquerías, salones de belleza y barberías, son actores fundamentales en la prestación de servicios de estética, y estos han recibido poca atención en los estudios económicos. Estas unidades productivas suelen encuadrarse dentro del amplio conjunto de pequeñas empresas, formando parte del universo de microempresas o del sector informal de la economía. Los ingresos de las personas que trabajan en el sector varían según el lugar donde ejerzan sus actividad económica y los acuerdos establecidos por el propietario del negocio, lo que implica que los estilistas deben cubrir un costo por el espacio y las ganancias las pueden llegar a distribuir entre la peluquería y la persona que hace el trabajo, bien sea un manicurista, peluquero, estilista, etc. A continuación en la Figura 3 se exponen los salarios promedios de algunos de los cargos en los centros de belleza y estética.

⁷⁵ ProColombia (2024) Tras la Feria Belleza y Salud 2024, ProColombia impulsa el sector cosmético con expectativas de negocios por más de US\$1 millón. Recuperado de: <https://procolombia.co/sala-de-prensa/noticias/tras-la-feria-belleza-y-salud-2024-procolombia-impulsa-el-sector-cosmetico-con-expectativas-de-negocios-por-mas-de-us1-millon>

Trabajo	Media salarial /mes
Manicurista	\$ 1.192.000
Esteticista	\$ 1.188.283
Cosmetóloga	\$ 1.245.000
Estilista	\$ 1.323.606
Peluquero	\$ 1.301.000

Figura 3. Promedio salarial por cargo. Elaboración propia con datos tomados de Computrabajo

Ahora bien es relevante hacer evidente la situación en la que se encuentran las mujeres que trabajan en el sector. En la última encuesta del DANE sobre micronegocios como las peluquerías afirma que el 3.8% de las mujeres tienen peluquerías, mientras que, el 76% de ellas trabajan por cuenta propia. Además, en el boletín técnico del DANE (2024), el 53,5% de las mujeres eran ocupadas informales en el trimestre móvil agosto - octubre 2024 cómo se observa en la Figura 4 . Esto implica que un alto porcentaje de mujeres que trabajan por cuenta propia y en condición de informalidad se enfrentan a la inexistencia de protección social y laboral, así como una seguridad legal. Además, se encuentra en vulnerabilidad económica al depender de de las ganancias diarias y más aún son quienes sufren las mayores consecuencias de aumentos en la inflación y recesiones económicas. (Origlia, 2024)⁷⁶



Proporción

sexo. Fuente: DANE, GEIH

Figura 4.
de informalidad por

⁷⁶ Origlia, G (2024). Vivir en negro: Los múltiples costos de la informalidad en el mundo laboral. CIPPEC. Recuperado de: <https://www.cippec.org/textual/vivir-en-negro-los-multiples-costos-de-la-informalidad-en-el-mundo-laboral/>

2.2 Panorama local

En Bogotá, el sector de belleza y estética, en concordancia con la situación nacional, también ha presentado un auge que lo posiciona como un motor económico significativo de la ciudad. De acuerdo con el Informe de la Cámara de Cosmética y Aseo de la Asociación Nacional de Industriales el mercado de las peluquerías genera 500 millones y el mercado de las uñas puede mover hasta 6.000 millones anualmente. Asimismo, en el año 2022, el sector del cuidado personal y limpieza movió \$30,4 billones. Bajo estas cifras, para el presente año 2024 se proyectaba un crecimiento de la industria de 3,5% pues el gasto per cápita en la industria también ha demostrado un incremento de US\$42,7 en 2021, a US\$47,8 en 2022. (Rodríguez, 2023)⁷⁷

De igual forma, según las afirmaciones de Camilo Zuluaga, CEO de Krika Cosmetics, Bogotá figura como un importante epicentro del sector al albergar más del 60% de las empresas y plantas de producción. A nivel de gasto los hogares dirigieron 17,77 billones al cuidado personal y 12,34 billones a la compra de productos de limpieza. Las categorías de producto a las que más acceden los usuarios son productos capilares, maquillaje y uñas. Estas cifras demuestran una solidificación del mercado en la industria de la belleza en la capital. (PORTAFOLIO, 2024)⁷⁸ Un aproximado de la cantidad de establecimientos de belleza y estética de Bogotá se muestra en la Figura 5.

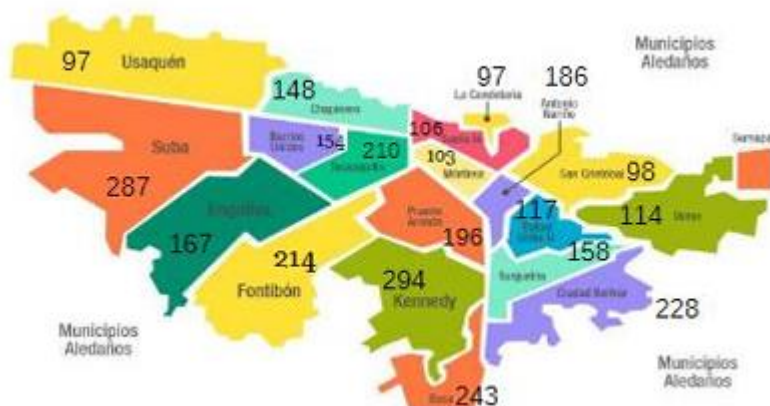


Figura 5. Cantidad de establecimientos de belleza, peluquerías y barberías por localidad en 2019. Fuente: Ortiz, Montealegre y Cantor (2019)⁷⁹

2.3 Análisis del problema

⁷⁷ Rodríguez, D. P. (2023, August 28). El mercado de las peluquerías genera \$500.000 millones al año solo en Bogotá. LaRepublica.co. Retrieved December 11, 2024, from <https://www.larepublica.co/empresas/el-mercado-de-las-peluquerias-genera-500-000-millones-al-ano-solamente-en-bogota-3688254>

⁷⁸ Portafolio (2024). Bogotá, epicentro de la industria cosmética en Colombia en 2023. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/tendencias/bogota-seguira-siendo-el-epicentro-de-la-industria-cosmetica-en-2023-577487>

⁷⁹ Ortiz, M. Cantor, N. Ortiz, D. Montealegre, N. (2019). Informalidad en las peluquerías, salones de belleza y barberías a través de comportamientos financieros. Universidad EAN. DOI: 10.13140/RG.2.2.24887.88489

2.3.1 Fragilidad de las empresas micro, pequeñas y medianas en el sector de belleza y estética

Es importante resaltar la coyuntura bajo la que se encuentran actualmente las micro y pequeñas empresas en la ciudad. Los emprendimientos y pequeñas y medianas empresas se encuentran enfrentando barreras para su progreso y aumento de productividad debido a las desigualdades económicas, los rezagos de la inflación, los costos de endeudamiento y la reciente recesión por la que atravesó el país, afectando a las empresas locales. Incluso, de acuerdo con Bogotá Cómo Vamos (2024)⁸⁰, se ha catalogado que los negocios locales se encuentran atravesando otra pequeña recesión económica a pesar de la recuperación que enmarca la economía nacional. Esto debido a la disminución en el número de microempresas, que cerró 2023 con 390.999 compañías activas, lo que representa una reducción del 1,90% en comparación con el año anterior, lo que representa que los negocios locales son más vulnerables y requieren de más y mejores estrategias de acompañamiento. Asimismo, el número de empresas creadas cayó en 6,66% frente al año anterior y la tasa de supervivencia sigue siendo de 5 años frente a otros periodos.

A raíz de esta crisis, Bogotá ha visto un incremento en el cierre de empresas, especialmente microempresas, las cuales representan el 90% de los cierres de negocios en la ciudad. Esto representa un aproximado de 21.000 empresas cerradas, ocasionando que se deterioren las posibilidades de producción de Bogotá y sus alrededores. La pérdida de inversiones, la disminución del empleo formal, la reducción de los ingresos públicos y privados y la aniquilación del esfuerzo y la experiencia de los emprendedores, significan que no se amplían las posibilidades de trabajo que se brinda en la ciudad (Guevara, 2024)⁸¹

Uno de los principales obstáculos que afecta el desempeño económico de las micro y pequeñas unidades productivas y comerciales es el acceso al crédito. Se calcula que cerca del 85% de los micronegocios no utiliza el sistema financiero, y una quinta parte de ellos recurre a financiamiento mediante préstamos familiares o prácticas el ‘gota a gota’. Apenas el 10% de estos negocios se establece con créditos formales. (SDE, 2024)⁸²

Históricamente las pequeñas peluquerías han sido administradas por sus propios dueños quienes a su vez fungen como los responsables del desarrollo, crecimiento y sostenibilidad de los establecimientos. No obstante, en muchas ocasiones los dueños no han contado con conocimientos técnicos administrativos, contables y financieros. Para aquellas peluquerías y establecimientos de belleza ubicados en estratos 2 y 3, Ortiz, Montealegre y Cantor (2019)⁸³ encuentran que más del 60%

⁸⁰ La República. (2024, November 19). *Bogotá está en mini recesión económica por incremento en cierre de microempresas*. La República. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/economia/bogota-esta-en-mini-recesion-economica-por-incremento-en-cierre-de-microempresas-3928832>

⁸¹ Guevara, M. (2024, November 19). 9 de cada 10 empresas que cierran son microempresas. Canal Capital. <https://www.canalcapital.gov.co/economia/9-cada-10-empresas-que-cierran-son-microempresas>

⁸² Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. (2024). 84,8 % de los micronegocios en Bogotá no acude al sistema financiero. Bogotá, Colombia: Observatorio de Desarrollo Económico. Recuperado de: <https://desarrolloeconomico.gov.co/848-de-los-micronegocios-en-bogota-no-acude-al-sistema-financiero-observatorio-de-desarrollo-economico-de-bogota>

⁸³ Ibídem

se ha endeudado al menos con 3 millones de pesos por medio de prestamistas informales “gota a gota”. Este mecanismo trae consigo un panorama negativo que puede vincularse incluso con la integridad física y emocional de la persona que solicita un préstamo por este mecanismo. Las tasas de interés exorbitantes, que oscilan entre el 10% y el 30% mensual, se convierten en una carga insostenible que termina asfixiando a pequeños y medianos comerciantes. Este fenómeno se alimenta de la informalidad y la baja bancarización, que impiden que muchas personas accedan a créditos formales debido a la falta de historial crediticio o al desinterés por ingresar al sistema financiero. (Bohórquez, 2022)⁸⁴. Los “prestadiarios” no solo representan una trampa económica, sino también una fuente de explotación y violencia. Además, los prestamistas suelen recurrir a tácticas intimidatorias para garantizar los pagos, incluyendo amenazas de violencia física contra el deudor o sus seres queridos, lo que genera un ambiente de miedo y estrés constante. El temor a represalias lleva a las personas a tomar decisiones financieras extremas, sacrificando necesidades básicas para cumplir con los pagos. En algunos casos, los prestamistas emplean métodos como la divulgación de información personal sensible e incluso intentos de apropiarse de bienes o propiedades. Estas prácticas no solo vulneran los derechos de los deudores, sino que perpetúan ciclos de pobreza y exclusión económica (BayPort, 2024).⁸⁵

De igual manera, aunque la mayoría de los establecimientos ubicados en los estratos 2 y 3 llevan una contabilidad de ingresos y gastos que afectan al negocio, existe aún un alto porcentaje de establecimientos que no cuentan con una base que permita. Sin embargo, ninguno cuenta con un sustento económico suficiente para poder contratar a un especialista en el manejo de la contabilidad del negocio, por lo que esta actividad se relega a un familiar que normalmente no cuenta con la formación y capacitación técnica necesaria para realizar dicha actividad ni tomar decisiones que permitan al negocio enfrentar coyunturas económicas o factores de riesgo. Ortiz, M. Cantor, N. Ortiz, D. Montealegre, N (2019)⁸⁶

Estos indicadores reflejan un panorama complejo, especialmente para las micro, pequeñas y medianas empresas, que son las más vulnerables ante los retos económicos actuales. Estas empresas necesitan con urgencia medidas como un acceso más sencillo al crédito, reducción de costos en materia prima y transporte, optimización de gastos y alivios en áreas como servicios públicos y trámites administrativos.

2.3.2 Informalidad en el sector y consecuencias

De manera general, en el año 2024, la población informal de Bogotá aumentó de 92.831 personas respecto al mismo periodo del año anterior. De acuerdo con la Gran Encuesta de Hogares (DANE,

⁸⁴ Bohórquez, K (2022). El drama del ‘gota a gota’: un arma de doble filo. FORBES Colombia. Recuperado de: <https://forbes.co/2022/06/09/editors-picks/el-drama-del-gota-a-gota-un-arma-de-doble-filo>

⁸⁵ BayPort (2024). Riesgos de los préstamos gota a gota. Recuperado de: <https://www.bayportcolombia.com/noticias/riesgos-de-los-prestamos-gota-a-gota>

⁸⁶ Ortiz, M. Cantor, N. Ortiz, D. Montealegre, N (2019). Informalidad en las peluquerías, salones de belleza y barberías a través de comportamientos financieros. Universidad EAN. DOI: 10.13140/RG.2.2.24887.88489

2024)⁸⁷ agosto-octubre de 2024) Bogotá reporta que el 36% de su población se encuentra en informalidad laboral. El 13,7% de las personas en informalidad se concentraron en actividades profesionales y técnicas, así como uno de los principales aumentos se presentó en este mismo sector, pues a la población se sumaron 38.963 personas informales más (Observatorio del Desarrollo Económico, 2024)⁸⁸.

En el sector de belleza y estética, es importante resaltar que los establecimientos que componen este mercado operan en un 68% de manera informal lo les resta posibilidades de desarrollo, pues tienen más dificultad para acceder a créditos y beneficios por formalizarse (SEMANA, 2021)⁸⁹. A partir de una investigación realizada en la localidad de Chapinero para examinar las diferencias de condiciones laborales de los establecimientos de peluquerías formales e informales y los efectos de dicho estado en los beneficios percibidos, Nieto, Rodríguez y Sepúlveda (2017)⁹⁰ encuentran que el 92% de los establecimientos en Chapinero se encontraban en arriendo, lo que representaba un alto valor dentro de los costos de funcionamiento. De igual manera, en términos de sostenibilidad sólo el 22% tienen tiempo de existencia de entre 6 a 10 años y el 27% superior a 10 años. Dentro de los establecimientos investigados, la mayoría de los dueños de las peluquerías tiene un nivel de educación técnico o tecnológico y solo el 27% cuenta con estudios profesionales; no obstante, el grado de educación no fue determinante para el estado de formalidad e informalidad de los establecimientos. Las autoras encuentran que las peluquerías formales tienen mayores ingresos y permanecen más tiempo que aquellos establecimientos informales en la localidad de Chapinero.

No obstante la introducción de herramientas financieras de fácil entendimiento y acceso, junto con una educación financiera adecuada, puede tener efectos altamente positivos en los microempresarios del sector estético y cosmético. A partir de la investigación realizada en establecimientos de belleza y peluquerías en la localidad de Bosa por Pérez, Portera y Tolosa (2021)⁹¹. Se concluye que estas intervenciones pueden abordar varias necesidades críticas que enfrentan las microempresas informales, promoviendo su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo. Al ofrecer herramientas que faciliten la gestión financiera y administrativa, los microempresarios pueden cumplir con los requisitos legales y fiscales de manera más sencilla. Esto no solo les permite operar dentro del marco legal, sino que también les brinda acceso a beneficios como créditos y programas de apoyo gubernamental. La formalización, además, mejora la credibilidad y la reputación del negocio, atrayendo a más clientes y nuevas oportunidades de colaboración.

⁸⁷ DANE (2024). Empleo informal y seguridad social. Gran Encuesta de Hogares. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>

⁸⁸ Observatorio del desarrollo económico (2024). Secretaría de Desarrollo Económico. Recuperado de: https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/files_articulos/bol-mle_n-114vf.pdf

⁸⁹ Semana (2021). Las insólitas cifras de las peluquerías y barberías de Bogotá. Recuperado de: <https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/las-insolitas-cifras-de-las-peluquerias-y-barberias-de-bogota/202151/>

⁹⁰ Nieto, K. Rodríguez, D. Sepúlveda, M (2017). La informalidad y sus efectos en la sostenibilidad de las peluquerías en la localidad de Chapinero. Pontificia Universidad Javeriana Bogotá. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/36201>

⁹¹ Pérez Arévalo, F, Portela Díaz, C y Tolosa Rodríguez, A. (2021). Viabilidad de la implementación de una herramienta tecnología para la evaluación financiera de microempresas del sector estética, cosmética y ornamentación en el barrio Bosa la amistad de la ciudad de Bogotá. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Otro efecto importante que encuentra la investigación de estas herramientas, es que ayudan a sustituir la toma de decisiones basada únicamente en la experiencia por una cultura de decisiones fundamentadas en datos concretos y análisis financieros. Este enfoque permite a los microempresarios visualizar aspectos clave de su negocio, como el flujo de caja, la rentabilidad y el nivel de endeudamiento, lo que refuerza su capacidad de planificación estratégica. Finalmente, con una educación financiera adecuada, los microempresarios pueden aprender a gestionar sus recursos de manera más eficiente, realizar análisis financieros sólidos y mitigar riesgos, asegurando así una mayor estabilidad y un crecimiento sostenido a largo plazo (Perez, 2021)⁹².

2.3.4 Vulnerabilidad de las mujeres trabajadoras por cuenta propia en el sector

La creciente participación femenina en el emprendimiento de pequeños negocios, como peluquerías y servicios a domicilio, es una respuesta a la escasez y precariedad del trabajo asalariado. Este fenómeno constituye una forma de superar, en alguna medida, las desventajas de la discriminación laboral y de buscar independencia económica en un panorama económico que implica mayores barreras para las mujeres y más fuertes aún cuanto se intersectan con precarias condiciones socioeconómicas. A pesar de las barreras estructurales en el acceso a capital financiero, humano, tecnológico, social y cultural, las mujeres han logrado establecerse en el sector de la belleza y la estética desde diferentes modalidades de trabajo. La falta de oportunidades formales sumado a las discriminaciones de clase y género en el mercado laboral, la imposibilidad de acceder a una educación superior de calidad y las necesidades económicas de mantener a una familia condicionan a las mujeres de estratos bajos a tomar cursos cortos de belleza y trabajar de manera independiente y/o montar negocios de belleza y estética con mínimos requerimientos (Pineda, 2014)⁹³. Bajo este camino se encuentran casos de éxito en el que muchas mujeres se iniciaron como trabajadoras "independientes" en otras peluquerías, lo que les permitió ahorrar y ganar la experiencia para su emprendimiento.

No obstante, estas modalidades se encuentran inmersas en dificultades como la falta de acceso a financiamiento seguro y la fragilidad de su sostenibilidad, por lo que aunque la informalidad y el autoempleo se concibe como una salida económica continúan siendo obstáculos significativos que limitan su capacidad para mejorar sus condiciones de vida y las de sus familias. Por ejemplo, persiste una preocupante brecha de casi 7 puntos porcentuales en el acceso a productos financieros entre hombres (97.7%) y mujeres (91%). Asimismo, se evidencian desigualdades significativas entre áreas urbanas y rurales, con una diferencia de más de 33 puntos porcentuales. Mientras en las ciudades el acceso al sistema financiero alcanza casi el 100%, en las zonas rurales solo llega al 65.6%, afectando especialmente a las áreas rurales dispersas de Bogotá, como las localidades de Usme (Pineda, 2014)⁹⁴.

⁹² Idem.

⁹³ Pineda, J A. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. *Sociedad y Economía*, (26), 239-269. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-63572014000100011&lng=en&tlng=es.

⁹⁴ Ibídem

Sumado a lo anterior, es fundamental visibilizar las cargas adicionales que enfrentan las mujeres madres cabeza de familia que trabajan de manera independiente, ya sea a través del autoempleo o gestionando micro y pequeños establecimientos de belleza. En primer lugar, aquellos hogares con jefatura femenina son más susceptibles a encontrarse en condición de pobreza (Caicedo, 2022)⁹⁵ y en el distrito, de acuerdo con cifras presentadas por el Departamento Administrativo del Servicio Civil (2023)⁹⁶, el 60% de madres son cabeza de hogar. El informe de la Secretaría Distrital de Planeación (2019)⁹⁷ evidencia la feminización de la pobreza en Bogotá, un fenómeno caracterizado por la alta proporción de hogares monoparentales con jefatura femenina cuyos ingresos están por debajo de la línea de pobreza. Este porcentaje es casi el doble en comparación con los hogares encabezados por hombres en la misma situación. Además, los hogares liderados por hombres monoparentales presentan ingresos promedio superiores a los de las mujeres en casi 380 mil pesos mensuales, sin considerar el impacto económico negativo derivado de la pandemia del COVID-19.

Por otro lado, cerca del 99% de los hogares monoparentales con jefatura femenina reportaron al menos un miembro analfabeto, mientras que solo el 11,7% de las mujeres cabeza de hogar alcanzaron un nivel educativo técnico, el 4,5% tecnológico y el 12,5% universitario. A esta problemática se suma la carga del trabajo doméstico no remunerado, que ocupa en promedio siete horas y 44 minutos al día en las mujeres, además del empleo formal o informal que desempeñan para sustentar a sus familias (CAMBIO, 2024)⁹⁸.

Así mismo, existen otras condiciones que generan mayores condiciones de vulnerabilidad. En Bogotá, hay mujeres que han sido reinsertadas y son víctimas de la violencia; otras se dedican al cuidado de familiares con discapacidad, adultos mayores o menores de edad. De igual forma, hay mujeres trans y aquellas que han sufrido violencia intrafamiliar o están en peligro de feminicidio dentro de sus hogares (Caicedo, 2022)⁹⁹.

2.4 Antecedentes del distrito

⁹⁵ Caicedo, S (2022). Hogares con jefatura femenina son más susceptibles a la pobreza: sec. de Hábitat. EL ESPECTADOR. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/bogota/hogares-con-jefatura-femenina-son-mas-susceptibles-a-la-pobreza-sec-de-habitat/>

⁹⁶ DASC (2023). El 64% de las mujeres en el Distrito son madres, de ellas el 60% son cabeza de hogar. Recuperado de: <https://serviciocivil.gov.co/noticias/el-64-de-las-mujeres-en-el-distrito-son-madres-de-ellas-el-60-son-cabeza-de-hogar#:~:text=Cabeza%20de%20hogar-El%2064%25%20de%20las%20mujeres%20en%20el%20Distrito%20son%20madres,60%25%20son%20cabeza%20de%20hogar>

⁹⁷ Secretaría Distrital de Planeación (2019). Análisis de la situación socioeconómica de los hogares familiares monoparentales con jefatura femenina y jefatura masculina en Bogotá. Recuperado de: https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/boletin_9_observatorio_poblacional_diferencial_y_de_familias_1.pdf

⁹⁸ CAMBIO (2024). Las mujeres dedican el doble del tiempo que los hombres a trabajo doméstico sin remuneración. Recuperado de: <https://cambiocolombia.com/genero/mujeres-tiempo-trabajo-domestico-sin-remuneracion>

⁹⁹ Caicedo, S (2022). Hogares con jefatura femenina son más susceptibles a la pobreza: sec. de Hábitat. EL ESPECTADOR. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/bogota/hogares-con-jefatura-femenina-son-mas-susceptibles-a-la-pobreza-sec-de-habitat/>

En 2013, la Cámara de Comercio de Bogotá estableció la creación del Clúster de Cosméticos y Bienestar de Bogotá. En un principio, el clúster se enfoca en empresas productoras de cosméticos, pero luego de las afectaciones de la Pandemia del COVID-19, en el que los establecimientos de bellezas y bienestar se vieron gravemente afectados y cuya reactivación fue tardía, la Cámara de Comercio de Bogotá transitó a brindar espacios para el establecimiento de prioridades y necesidades bajo las cuales se comenzaron a dictar talleres técnicos a los establecimientos del sector. En el año 2023, el clúster logró impactar a 500 emprendimientos y empresas del sector. Los comercios inscritos en el clúster fueron beneficiarios de 54 eventos virtuales donde la comunidad pudo encontrar múltiples servicios de capacitación, asesorías especializadas, acceso a mercados internacionales, producción y biocosmética para el beneficio de sus negocios. Asimismo 180 personas recibieron capacitación en redes sociales, marketing y publicidad. (CCB, 2024)¹⁰⁰. Sin embargo, para que la empresa sea beneficiaria de estos talleres técnicos deben estar inscritos ante la Cámara de Comercio de Bogotá así como encontrarse en condición de formalidad.

3. RELACIÓN DE LA INICIATIVA CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Este Proyecto de Acuerdo tiene relación significativa con varios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)¹⁰¹, ya que toca aspectos de empoderamiento económico de las mujeres, crecimiento de la economía local y reducción de barreras para mejorar calidad de vida. A continuación la relación con cada uno de los ODS identificados:

Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo



Las acciones establecidas en el proyecto prioriza a madres cabeza de hogar y quienes se encuentran en condición de vulnerabilidad social y económica. Al otorgarles incentivos, capacitaciones y apoyo para formalizar sus negocios, se contribuye a la reducción de factores de riesgo de caer en condición de pobreza, lo anterior hace relación con el objetivo de *‘Garantizar una movilización importante de*

¹⁰⁰ CCB (2024). Más de 500 empresarios/as hicieron parte del Clúster de Cosméticos y Bienestar en el 2023. Recuperado de: <https://comunidaddigital.ccb.org.co/index/news-details/b80bbf3a-0392-428a-adc1-73bb678d0f8a>

¹⁰¹ Naciones Unidas Colombia (s.a). Acerca de nuestro trabajo para los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia. Recuperado de: <https://colombia.un.org/es/sdgs>

recursos procedentes de diversas fuentes, incluso mediante la mejora de la cooperación para el desarrollo, a fin de proporcionar medios suficientes y previsibles a los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, para poner en práctica programas y políticas encaminados a poner fin a la pobreza en todas sus dimensiones’.

Objetivo 5 : Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas



El enfoque de la iniciativa promueve la participación de mujeres, especialmente madres cabeza de hogar, en los programas, ferias y capacitaciones al reconocer las condiciones y cargas de trabajo y labor de cuidado al que se encuentran sujetas. Este enfoque refuerza el empoderamiento económico de las mujeres y fomenta la igualdad de género en el sector de acuerdo con el objetivo: *Aprobar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas a todos los niveles*

Objetivo 8 : Reducir la desigualdad en y entre los países



De acuerdo con la meta del ODS 8 8.5 ‘*De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor*’. Al fortalecer las MIPYMES del sector de belleza y estética, el acuerdo impulsa el crecimiento económico local,

fomenta la creación de empleo y promueve prácticas formales en el ámbito laboral, además de la construcción de cadenas productivas entre comercios, establecimientos y empresas locales desde la innovación y la colaboración entre sector y entidades.

Objetivo 10 : Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos



El proyecto tiene un enfoque explícito en la inclusión social, priorizando grupos tradicionalmente excluidos como madres cabeza de hogar, pues establece mecanismos para disminuir las barreras sociales y económicas que enfrentan estas comunidades. Asimismo, fomenta la transición de negocios informales a formales, reduciendo desigualdades estructurales en el sector, teniendo en cuenta la meta del ODS 10. *‘De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.’*

4. RELACIÓN DE LA INICIATIVA CON EL PLAN DISTRITAL DE DESARROLLO “BOGOTÁ CAMINA SEGURA 2024 - 2027”

El presente Proyecto de Acuerdo contribuye al cumplimiento del Plan Distrital de Desarrollo (PDD) “Bogotá Camina Segura” (2024-2027), en lo referente al fortalecimiento del sector de belleza y estética local empoderando a microempresas y madres cabeza de familia, pues establece lo siguiente:

Por un lado, la iniciativa se alinea con el cumplimiento del **Artículo 12. Programas del objetivo estratégico “Bogotá confía en su potencial”**, específicamente al plantear soluciones a la problemática expuesta por dicho artículo del PDD donde la falta de integración en relaciones productivas sólidas, la escasa adopción de modelos asociativos para generar economías de escala y los desafíos en términos de innovación han incidido en una brecha de productividad sobre todo en elementos de desigualdad y exclusión de género que se evidencia en la diferencias de ingreso entre hombres y mujeres. Asimismo se expone una preocupación por el porcentaje de informalidad donde también existen diferencias e inequidades por género de propietarios de negocios así como brechas en la participación emprendedora entre hombres y mujeres. Del mismo modo el PDD destaca que las

mujeres son más propensas a financiarse con préstamos familiares, iniciar un micronegocio para complementar un ingreso familiar existente y operar sus negocios desde casa.

De esta manera, la propuesta se encamina en la ejecución del **Programa 19: “Desarrollo empresarial, productividad y empleo”**, el cual se enfoca en desarrollar acciones para las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas donde podrán recibir asistencia técnica y financiera para su fortalecimiento y lograr potencializar los sectores de servicios, comercio e industrias. Para lograrlo el programa establece la formación de 13000 personas en habilidades blandas promoviendo la inclusión de mujeres, jóvenes, personas mayores de 50 años. Además tiene como objetivo lograr 62.500 certificaciones en formación para el trabajo y/o competencias en habilidades laborales específicas de acuerdo con la dinámica del mercado laboral y las necesidades para el cierre de brechas de talento humano, promoviendo la inclusión de mujeres, jóvenes y personas mayores de 50 años.¹⁰²

En la misma línea y para la realización del **Artículo 12**, la presente propuesta también se alinea con el **Programa 20 “Promoción del emprendimiento formal, equitativo e incluyente”**. Este programa tiene como objetivo asegurar la ejecución de un Sistema Distrital de Apoyo al Emprendimiento, a través del cual se ofrecerán servicios de asistencia técnica, tecnológica y financiera para que las personas interesadas en emprender o que ya cuentan con una idea de negocio, la puedan materializar. De igual forma, propende por una focalización de apoyo al emprendimiento especialmente en mujeres, jóvenes, personas mayores, poblaciones y comunidades étnicas, poblaciones rurales y campesinas, personas con discapacidad, así como a cuidadores y cuidadoras con el propósito de fomentar su desarrollo, independencia y seguridad económica. Asimismo, busca promover la asociatividad, mejorar la productividad, fortalecer los negocios y avanzar hacia la estabilidad y formalización progresiva del trabajo. Además, se incentivará el acceso a financiamiento formal y la asignación de recursos no reembolsables, herramientas para cubrir necesidades de liquidez, capital de trabajo y modernización de los emprendimientos. A su vez se implementarán medidas para reducir barreras de acceso e intermediación. Para materializar, el proyecto se encamina a la ejecución de acciones para apoyar financieramente a 36.000 negocios locales con el fin de contribuir a su fortalecimiento sostenibilidad y crecimiento, priorizando mujeres, jóvenes y personas mayores de 50 años así como cualificar 9000 mujeres, en sus diferencias y diversidades, en herramientas para la autonomía económica.¹⁰³

5. ANÁLISIS JURÍDICO DE LA INICIATIVA

¹⁰² Concejo de Bogotá. (7 de junio de 2024). *Acuerdo Distrital 927 de 2024. Por medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo Económico, Social, Ambiental y de Obras Públicas del Distrito Capital 2024-2027 “Bogotá Camina Segura”*. Recuperado de: <https://sisjur.bogotajuridica.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=155699>

¹⁰³ *Ibidem*

A continuación, se relacionan las normas jurídicas que sustentan la presente iniciativa, las cuales regulan materias relacionadas con el emprendimiento. Ante ello, se sintetizan los instrumentos internacionales, así como las normas constitucionales, legales y reglamentarias que fundamentan este Proyecto de Acuerdo.

5.1 Instrumentos internacionales

El Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC) (1966), aprobado mediante la Ley 74 de 1968, establece en su artículo 6 el derecho al trabajo, lo cual respalda el emprendimiento como medio para garantizar el derecho a un empleo digno y a la libertad económica (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1966)¹⁰⁴.

“Artículo 6.1. Los Estados Partes en el presente Pacto reconocen el derecho a trabajar, que comprende el derecho de toda persona a ganarse la vida mediante un trabajo libremente escogido o aceptado, y tomarán medidas adecuadas para salvaguardar este derecho” (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1966)¹⁰⁵.

La Convención Americana sobre Derechos Humanos (CADH) (1969), aprobada mediante la Ley 16 de 1972, consagra en su artículo 26 el derecho que tienen todas las personas al desarrollo como un derecho económico, así:

*“Artículo 26. Desarrollo Progresivo Los Estados partes se comprometen a adoptar providencias, tanto a nivel interno como mediante la cooperación internacional, especialmente económica y técnica, para lograr progresivamente la plena efectividad de los derechos que se derivan de las normas económicas, sociales y sobre educación, ciencia y cultura, contenidas en la Carta de la Organización de los Estados Americanos, reformada por el Protocolo de Buenos Aires, en la medida de los recursos disponibles, por vía legislativa u otros medios apropiados”*¹⁰⁶.

5.2. Constitución Política de Colombia

La Constitución Política de Colombia de 1991 adopta el modelo de Estado Social de Derecho junto con la apertura a la economía de mercado. En virtud de lo anterior, en el marco de sus disposiciones se cuenta con una “*Constitución Económica*”. Dentro de ella se contempla el artículo 58 constitucional que reconoce la *propiedad privada* como un derecho que está sujeto al interés público y que no puede ser desconocido ni vulnerado por leyes posteriores.

¹⁰⁴ Asamblea General de las Naciones Unidas. (1966). *Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales*. Recuperado de: <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-economic-social-and-cultural-rights>

¹⁰⁵ Ibídem.

¹⁰⁶ Asamblea de la Organización de Estados Americanos (OEA). (1969). *Convención Americana sobre Derechos Humanos*. Pacto de San José. Recuperada de: https://www.oas.org/dil/esp/1969_Convenci%C3%B3n_Americana_sobre_Derechos_Humanos.pdf

Como también el artículo 333 establece que “la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común”. Este principio permite que las startups operen en un ambiente de libre competencia, siempre que respeten el bienestar colectivo (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)¹⁰⁷.

5.3. Normas Legales.

Ley 2069 de 2020. Por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia. La ley 2069 de 2020 establece una serie de medidas para fortalecer los emprendimientos, especialmente aquellos dentro de las categorías de micro, pequeñas y medianas empresas, dentro de las cuales están los negocios locales como las peluquerías y estéticas. Esta ley establece 84 artículos con disposiciones en materia de reducción de costos, de trámites, acceso a crédito formal, acceso a compras públicas, capacitación, estímulos para el crecimiento y la exportación, entre otras.

Dicha norma incluye un énfasis relativo a la participación de mujeres en los programas y planes de estímulos en el nivel territorial, a saber:

*ARTÍCULO 47B. Participación obligatoria de mujeres en el nivel territorial. Los programas, planes, proyectos, instrumentos y convocatorias de fondos y patrimonios territoriales relativos al emprendimiento, desarrollo empresarial, innovación y formación de las entidades que hacen parte de las instancias regionales del Sistema Nacional de Competitividad e Innovación (SNCI), y en general de las entidades territoriales; deberán contar con un porcentaje mínimo de participación de la mujer justificado bajo el documento de política en los términos del artículo 47A de la presente ley.*¹⁰⁸

Ley 2294 de 2023. Plan Nacional de Desarrollo 2022 - 2026. El Plan Nacional de Desarrollo vigente adoptado mediante la ley 2294 de 2023 adopta una sección completa para la ‘inclusión productiva con trabajo decente y apoyo a la inserción productiva’ en donde se establecen acciones que deben

¹⁰⁷ Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de Colombia. Artículo 333*. Bogotá, Colombia: Editorial Legis.

¹⁰⁸ Departamento Administrativo de la Función Pública. Ley 2069 de 2020 por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia (2020) <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>

realizarse de forma conjunta con entidades territoriales como la conformación del Consejo Nacional de Economía Popular:

*“ARTÍCULO 74.o. CONSEJO NACIONAL DE LA ECONOMÍA POPULAR. Créese el Consejo Nacional de la Economía Popular, como organismo asesor y consultivo del Gobierno Nacional, integrado por entidades públicas del orden nacional, entidades territoriales y representantes de la economía popular. Este Consejo se encargará de formular las líneas de la política pública para la economía popular y de coordinar las acciones interinstitucionales necesarias para el reconocimiento, defensa, asociación libre, fortalecimiento para promover la sostenibilidad de la economía popular, conforme a los principios de coordinación, complementariedad, probidad y eficacia del Estado”.*¹⁰⁹

En la misma sección, la ley 2294 modificó la ley 1753 de 2015 para la promoción de trabajo digno en los diferentes niveles de organización:

Artículo 74. Parágrafo 1. El Gobierno Nacional promoverá la formulación e implementación participativa de políticas públicas de trabajo digno y decente en los niveles departamentales y municipales, así como regionales y demás niveles pertinentes con su componente de evaluación. Para ello, prestará asistencia legal, técnica y tecnológica. Estas políticas incorporan un enfoque específico de trabajo decente para las zonas rurales que contribuya a la implementación de los acuerdos de paz, y el cierre de brechas de género.

5.4 Normas de rango reglamentario

A nivel nacional, las normas reglamentarias sobre el sector se han centrado en lo relativo a las condiciones para la apertura de nuevas unidades de negocio del sector de la belleza y la estética, así como los requisitos para el funcionamiento de los mismos.

¹⁰⁹ Departamento Nacional de Planeación. Ley 2294 de 2023, Plan Nacional de Desarrollo 2022 - 2026. Sección 2, página 665 <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potencia-mundial-de-la-vida.pdf>

Resolución 2117 de 2010 Ministerio de la Protección Social . *‘Por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los establecimientos que ofrecen servicio de estética ornamental tales como, barberías, peluquerías, escuelas de formación de estilistas y manicuristas, salas de belleza y afines y se dictan otras disposiciones.’*

6. COMPETENCIA

El Concejo de Bogotá D.C. tiene la competencia para dictar normas relacionadas con la naturaleza y el alcance del presente Proyecto de Acuerdo, según las disposiciones constitucionales y legales vigentes. En primer lugar, el artículo 313 de la Constitución Política de Colombia establece que:

“ARTÍCULO 313. Corresponde a los Concejos:

1. Reglamentar las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del municipio [...]”.

En segundo lugar, el artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993 - Estatuto Orgánico de Bogotá - estipula que:

“ARTÍCULO 12. Atribuciones. Corresponde al Concejo Distrital, de conformidad con la Constitución y a la ley:

1. Dictar las normas necesarias para garantizar el adecuado cumplimiento de las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del Distrito [...]”.

Aunado a lo anterior, de conformidad con el artículo 13 del Decreto Ley 1421 de 1993, la materia del Proyecto de Acuerdo no es de iniciativa privativa del Alcalde Mayor de Bogotá D.C. Por tanto, en mi calidad de Concejal de Bogotá D.C. tengo competencia para su radicación. Como también la Corporación para su trámite y discusión.

7. IMPACTO FISCAL

La Ley 819 de 2003 *“Por la cual se dictan normas orgánicas en materia de presupuesto, responsabilidad y transparencia fiscal y se dictan otras disposiciones”* en su artículo 7 establece:

"Artículo 7º. Análisis del impacto fiscal de las normas. En todo momento, el impacto fiscal de cualquier proyecto de ley, ordenanza o acuerdo, que ordene gasto o que otorgue beneficios tributarios, deberá hacerse explícito y deberá ser compatible con el Marco Fiscal de Mediano Plazo.

Para estos propósitos, deberá incluirse expresamente en la exposición de motivos y en las ponencias de trámite respectivas los costos fiscales de la iniciativa y la fuente de ingreso adicional generada para el financiamiento de dicho costo”.

En materia del fortalecimiento de la economía local a través del empoderamiento de MYPIMES y creación de cadenas productivas, por ello, en el Plan Distrital de Desarrollo “*Bogotá Camina Segura*”, aprobado mediante el Acuerdo Distrital 927 de 2024, se incluyen tres programas relacionados con este fenómeno, como lo son: (i) el Programa 12 “*Bogotá cuida a su gente*”, que comprende la necesidad de desarrollar estrategias que promuevan la inclusión social y combatan la discriminación, especialmente a través de la implementación de acciones que lleven a transformar situaciones históricas de discriminación y exclusión; (ii) el Programa 19 “*Desarrollo empresarial, productividad y empleo*” que propende por ejecución de acciones para las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas enfocadas en asistencia técnica y financiera para su fortalecimiento y lograr potencializar los sectores de servicios, comercio e industrias; y (iii) Programa 20 “*Promoción del emprendimiento formal, equitativo e incluyente*” que constituye un mecanismo para la materialización del Sistema Distrital de Apoyo al Emprendimiento a través del cual se impulse sectores productivos encabezados por mujeres, jóvenes, personas mayores, poblaciones y comunidades étnicas, poblaciones rurales y campesinas, personas con discapacidad, así como a cuidadores y cuidadoras con el propósito de fomentar su desarrollo, independencia y seguridad económica. Así:

“Artículo 10: Programas del objetivo estratégico “Bogotá confía en su Bien-Estar”.
Adóptense los siguientes programas del objetivo:

[...]

Programa 12 “Bogotá cuida a su gente”

[...]

Asímismo, desarrolla una ruta para el cambio cultural, en pro de la inclusión social y productiva, y de la no discriminación de la población LGBTI, y gestiona acciones de cooperación técnica nacional e internacional para el fortalecimiento de la política pública LGBTI. Tal apuesta busca, también, fortalecer capacidades, y promover alternativas para la inclusión social y productiva acompañando las iniciativas y dando sostenibilidad y visibilidad a procesos y emprendimientos sociales, económicos y colectivos de las personas de los sectores sociales LGBTI, sus familias y redes de apoyo en la sociedad contribuyendo a la garantía y goce pleno de sus derechos a través de la adaptación y ampliación de servicios para la atención diferencial de esta población.”

[...]

“Artículo 12. Programas del objetivo estratégico “Bogotá confía en su potencial”. Adóptense los siguientes programas del objetivo:

[...]

Programa 19. Desarrollo empresarial, productividad y empleo. *El programa parte de la necesidad que tiene Bogotá de posicionarse como un destino atractivo para la inversión extranjera, la creación y potencialización de empresas innovadoras, la realización de grandes eventos, realizar aprovechamiento económico racional del espacio público y la atracción de turistas. Para ello, este programa fortalecerá el tejido empresarial de Bogotá mediante estrategias que promuevan mejoras en la productividad de las empresas a través de la innovación, la participación en mercados internacionales y el posicionamiento de la ciudad como destino de inversión extranjera directa y epicentro de eventos de ciudad con alcance internacional. Adicionalmente, se desarrollarán acciones mediante las cuales emprendimientos de la economía social, las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas podrán recibir asistencia técnica y financiera para su fortalecimiento, con el fin de que se potencialicen sectores económicos en los que viene creciendo la ciudad. Tal es el caso de los servicios, el comercio y las industrias, agro, culturales y creativas, el deporte y el turismo.*

[...]

Programa 20. Promoción del emprendimiento formal, equitativo e incluyente. *El propósito del programa es garantizar la implementación de un Sistema Distrital de Apoyo al Emprendimiento, a través del cual se ofrecerán servicios de asistencia técnica, tecnológica y financiera para que las personas interesadas en emprender o que ya cuentan con una idea de negocio, la puedan materializar. Esto incluirá comerciantes informales con miras a llevarlos a la formalidad.*

Este sistema de servicios de apoyo al emprendimiento se enfocará especialmente en mujeres, jóvenes, personas mayores, poblaciones y comunidades étnicas, poblaciones rurales y campesinas, personas con discapacidad, veteranos de la fuerza pública y sus familias, así como a cuidadores y cuidadoras, pequeños agentes del sector cultura, recreación y deporte, personas artesanas, vendedores informales, las personas en proceso de reincorporación y en proceso de reintegración y sus familias, con el objetivo de promover su crecimiento, autonomía y seguridad económica, la asociatividad, mejorar su productividad, contribuir al incremento del desempeño y la robustez de los negocios y que obtengan de manera progresiva la estabilidad y formalización del trabajo que realizan.”

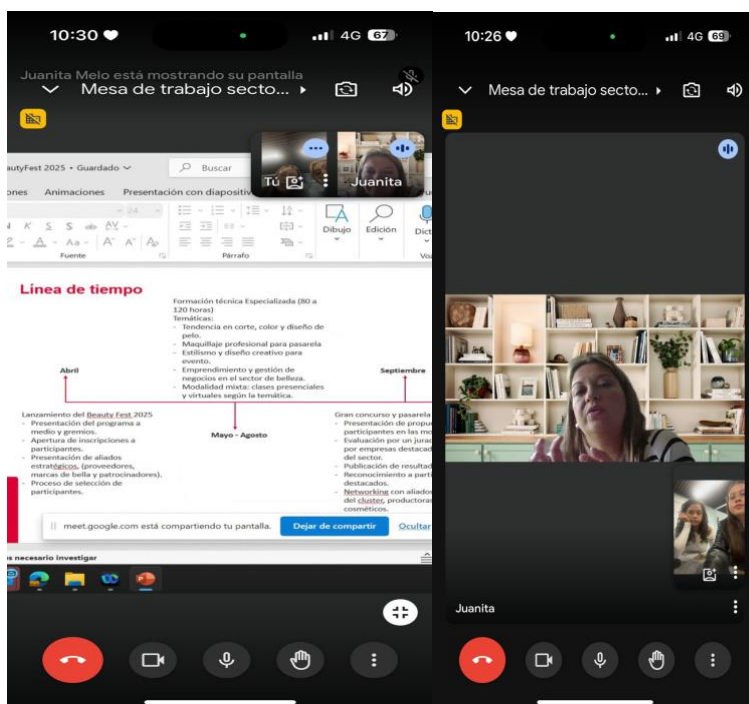
Adicionalmente, se cuenta en el Plan Operativo Anual de Inversiones con los Proyectos de Inversión 8047 “Generación de respuestas integradoras para la Inclusión social y productiva y la prevención de todas las formas de violencia y discriminación en Bogotá D.C”, 8157 “Mejoramiento de las capacidades de innovación productividad e internacionalización del tejido empresarial de Bogotá

Región para acceder a mercados locales regionales e internacionales”, 7950 “Fortalecimiento de la ruta de formación integral y orientación para el empleo para los vendedores de la economía informal en Bogotá”, 8164 “Fortalecimiento de los negocios locales de Bogotá D.C” y 7927 “Fortalecimiento para la integración económica y productiva de las unidades de negocio de la economía informal de Bogotá D.C”.

En consecuencia, al estar en línea con las apuestas y las inversiones enmarcadas en el Plan Distrital de Desarrollo esta iniciativa **no tendría un impacto fiscal por cuanto no implica la apropiación de recursos adicionales a los sectores y entidades responsables de su implementación.**

8. PARTICIPACIÓN CIUDADANA

El presente Proyecto de Acuerdo tuvo una mesa de trabajo con la directora del Cluster de Cosméticos y Bienestar de la Cámara de Comercio de Bogotá, en donde se hicieron recomendaciones sobre las necesidades del sector y la importancia del proyecto para la ciudad de Bogotá.



Cordialmente,
JULIÁN DAVID RODRÍGUEZ SASTOQUE
Concejal de Bogotá D.C
Partido Alianza Verde

PROYECTO DE ACUERDO NO 008 DE 2025**PRIMER DEBATE**

“POR MEDIO DEL CUAL SE PROMUEVEN Y FORTALECEN LOS NEGOCIOS LOCALES, EMPRENDIMIENTOS Y MIPYMES PERTENECIENTES AL SECTOR DE ESTÉTICA, BELLEZA Y PELUQUERÍAS EN EL DISTRITO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES ”

EL CONCEJO DE BOGOTÁ D.C

En ejercicio de las facultades que le confiere el numeral 1 del artículo 313 de la Constitución Política de Colombia y el numeral 1 del artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993.

ACUERDA:

ARTÍCULO 1°. OBJETO. Promover y fortalecer los negocios locales, emprendimientos y las micro, pequeñas y medianas empresas MIPYMES que ofrecen bienes y/o servicios dirigidos al sector de belleza, peluquerías y estética en el Distrito Capital de Bogotá, por medio de incentivos y estrategias que fomenten la colaboración interinstitucional, el desarrollo económico, capacitación especializada e innovación en este sector.

ARTÍCULO 2° ÁMBITO DE APLICACIÓN. El presente Acuerdo será aplicable a los negocios locales, emprendimientos y MIPYMES que desarrollen actividades económicas vinculadas al sector de belleza, peluquerías y estética en el Distrito Capital de Bogotá. Estas actividades incluyen, sin limitarse a los siguientes: Servicios de peluquería y barbería, estética, maquillaje y asesoría de imagen, producción y comercialización de productos cosméticos y cualquier otro que tenga como objetivo los servicios al sector.

ARTÍCULO 3° PROMOCIÓN DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO Y COMPRA LOCAL. La administración Distrital, en cabeza de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, en coordinación con las alcaldías locales, propenderá por ofrecer a los negocios locales, emprendimientos y MIPYMES pertenecientes al sector de belleza, peluquerías y estética, los espacios necesarios para la realización periódica de ferias, actividades, eventos y ruedas de negocio para promocionar y vender sus productos y servicios. Así mismo, agilizará y optimizará los trámites para la obtención de los permisos para este fin.

Parágrafo 1. La Administración Distrital propenderá por desarrollar al menos una (1) feria distrital al año, destinadas a emprendimientos y MIPYMES que ofertan bienes y/o servicios dirigidos al sector de belleza, peluquerías y estética en el Distrito Capital de Bogotá, a diferencia de las desarrolladas en las localidades.

Parágrafo 2. Con el fin de fomentar la inclusión social y la equidad, la Administración Distrital priorizará la participación en estas ferias y eventos de emprendimientos liderados por madres cabeza de hogar. Además, establecerá incentivos específicos y asesorías personalizadas para apoyar el desarrollo y fortalecimiento de estos proyectos, promoviendo su sostenibilidad económica y su impacto positivo en la sociedad.

ARTÍCULO 4°. CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA. La Administración Distrital, en articulación con instituciones de educación técnica y superior, el sector privado y las entidades del Orden Nacional y Distrital, implementará una oferta de capacitación dirigida al sector de belleza, peluquerías y estética, incluyendo establecimientos de producción, comercio, negocios locales, emprendimientos y MIPYMES. Esta oferta incluirá orientación en temas como: Tendencias e innovación en el sector, E-commerce y estrategias de marketing digital, atención al cliente y experiencia del usuario, requisitos y trámites de formalización, gestión administrativa y financiera, orientación jurídica, dependiendo de lo requerido por el público objetivo.

Adicionalmente, la Administración Distrital propenderá por aunar esfuerzos con la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) y su red de apoyo empresarial para brindar, de forma gratuita, servicios presenciales y virtuales de asistencia técnica, jurídica, diseño de marca, entre otros. Estos servicios estarán dirigidos a emprendedores y empresarios del sector de belleza y estética, (cluster de cosméticos y bienestar) con el propósito de apoyar su constitución, formalización y fortalecimiento, promoviendo su sostenibilidad y crecimiento en el mercado.

Parágrafo. Con el fin de fomentar la inclusión social y la equidad, la Administración Distrital garantizará que esta oferta de capacitación y asistencia técnica priorice a las madres cabeza de hogar que lideren o formen parte de negocios locales, emprendimientos y MIPYMES del sector. Además, se diseñarán programas específicos que respondan a las necesidades de estos grupos, asegurando su participación y su empoderamiento económico en el sector.

ARTÍCULO 5°. OTORGAMIENTO DE INCENTIVOS PARA EL SECTOR. La Administración Distrital, en cabeza de las entidades competentes, diseñará e implementará de forma permanente planes, programas, proyectos y estrategias que apoyen a los negocios locales, emprendimientos y MIPYMES del sector de belleza, peluquerías y estética en el Distrito Capital de Bogotá. Estas acciones buscarán facilitar su acceso a: créditos, capital semilla, talento local, fomento a la sostenibilidad, entre otros. Lo anterior se llevará a cabo respetando los principios de responsabilidad fiscal y disponibilidad financiera del Distrito Capital.

Parágrafo. La Administración Distrital, en la reglamentación del presente Acuerdo, definirá los requisitos, condiciones y criterios específicos para que los beneficiarios puedan acceder a estas medidas, priorizando a las madres cabeza de hogar que lideren o formen parte de negocios locales, emprendimientos y MIPYMES del sector.

ARTÍCULO 6°. FORTALECIMIENTO A LA INNOVACIÓN. La Administración Distrital, a través del Sector de Desarrollo Económico, promoverá e incentivará la innovación en los emprendimientos que ofrezcan bienes y servicios para el sector de belleza, estética y peluquerías en la ciudad de Bogotá, por medio de estrategias dirigidas al desarrollo de nuevas tecnologías, sostenibilidad, procesos y modelos de negocio que mejoren la calidad y eficiencia de dichos servicios.

Parágrafo. La Administración Distrital, diseñará y otorgará el sello de reconocimiento “Ecobeauty” a los negocios locales, emprendimientos y MIPYMES por la promoción y generación de prácticas sostenibles con el medio ambiente.

ARTÍCULO 7°. SESIONES DE NETWORKING PARA EL ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO. La Administración Distrital, a través de la Secretaría de Desarrollo Económico, organizará y facilitará periódicamente sesiones de networking dirigidas a fortalecer las cadenas productivas locales en el sector de belleza, peluquerías y estética. En estas sesiones participarán establecimientos de belleza, peluquerías y estética, empresas locales productoras de insumos para este sector, mujeres independientes que ofrecen servicios de belleza y estética a domicilio y grandes empresas de insumos y servicios del sector. Estas sesiones tendrán como objetivo principal la creación de alianzas estratégicas.

Parágrafo 1. Las sesiones de networking se realizarán periódicamente y serán lideradas por la Secretaría de Desarrollo Económico, la cual se encargará de coordinar las actividades necesarias para el encadenamiento productivo entre los participantes. Se promoverá la generación de alianzas operativas y de gestión de recursos entre las diferentes empresas y personas independientes del sector, por medio de la coordinación de estrategias innovadoras para el encadenamiento productivo entre los participantes.

Parágrafo 2. Se establecerán mecanismos de seguimiento y evaluación para medir el impacto de las sesiones de networking en el fortalecimiento de las cadenas productivas locales, asegurando la transparencia y eficacia de las alianzas generadas.

Parágrafo 3. Se priorizará la participación de mujeres independientes y MIPYMES lideradas por madres cabeza de familia e independientes en las sesiones de networking, con el fin de fomentar la inclusión y equidad.

Parágrafo 4. Se incorporarán procesos de ayuda y acompañamiento para aquellos establecimientos de belleza, peluquerías y estética que se encuentren en condición de informalidad. Estos procesos están diseñados para proporcionar un camino informado, transparente y beneficioso hacia la transición a la formalidad, asegurando que los participantes reciban orientación y apoyo necesario para cumplir con los requisitos legales, administrativos y sanitarios pero que además propendan por hacer un balance positivo entre beneficios y costos de la formalización.

ARTÍCULO 8°. ALIANZAS PÚBLICO PRIVADAS. La Secretaría de Desarrollo Económico podrá establecer alianzas público privadas con las empresas líderes del sector de insumos para el

sector de belleza, peluquerías, con el fin de ejecutar estrategias de responsabilidad social empresarial que beneficien directamente a los negocios locales, MIPYMES y mujeres independientes del sector, contribuyendo así al desarrollo económico local.

ARTÍCULO 9°. DIVULGACIÓN. La Administración Distrital establecerá una campaña masiva de comunicación de los contenidos y alcances del presente Acuerdo, así como los diferentes programas, proyectos y/u oferta institucional derivada de su implementación.

ARTÍCULO 10°. REGLAMENTACIÓN E IMPLEMENTACIÓN. La Administración Distrital, en cabeza de las entidades competentes, reglamentará las disposiciones normativas del presente Acuerdo en un plazo no superior a los seis (6) meses siguientes a su entrada en vigencia.

Parágrafo. La Administración Distrital promoverá la participación de los emprendimientos y empresas del sector de belleza, estética y peluquerías, así como del Cluster de Cosméticos y Bienestar de la Cámara de Comercio de Bogotá en la reglamentación e implementación de las disposiciones normativas del presente Acuerdo.

ARTÍCULO 11°. INFORMES. El 28 de agosto de cada año, en el marco del día nacional del peluquero, las entidades responsables presentarán un informe integral ante el Concejo de Bogotá sobre la implementación de las disposiciones del presente Acuerdo.

ARTÍCULO 12°. VIGENCIA. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación.

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

PROYECTO DE ACUERDO NO 009 DE 2025**PRIMER DEBATE*****“POR MEDIO DEL CUAL SE CREA LA ESTRATEGIA INTEGRAL DE «SEGUNDAS OPORTUNIDADES» PARA MUJERES PRIVADAS DE LA LIBERTAD, POSPENADAS Y MUJERES JÓVENES DEL SISTEMA DE RESPONSABILIDAD PENAL PARA ADOLESCENTES EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ.”*****1. OBJETO DEL PROYECTO**

Crear una estrategia integral de segundas oportunidades que integre los programas distritales existentes y que garantice la generación de espacios para el acceso a oportunidades educativas, laborales, de salud mental, de gestión menstrual y de participación en el Sistema Distrital de Cuidado para mujeres privadas de la libertad, pospenadas y a las mujeres jóvenes del Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes en la ciudad de Bogotá.

2. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En las últimas décadas, el aumento de la participación de mujeres y adolescentes en el sistema penal ha puesto en evidencia la necesidad de implementar programas y políticas públicas que promuevan su reintegración social. En el caso de las mujeres que han cumplido penas privativas de la libertad en la Cárcel Distrital, y de las mujeres jóvenes vinculadas al Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes en Bogotá, es crucial que la Administración Distrital reconozca su situación de vulnerabilidad y se comprometa a garantizarles oportunidades reales para su desarrollo personal, social y económico.

La prisión no debe representar una condena perpetua que marque a estas personas de por vida. En muchos casos, las mujeres privadas de la libertad son víctimas de entornos violentos, inequidades estructurales y la falta de acceso a oportunidades educativas y laborales. Asimismo, las adolescentes en conflicto con la ley, muchas veces, han enfrentado entornos que perpetúan ciclos de pobreza y violencia. Sin intervenciones efectivas, el estigma asociado a su condición puede limitar sus posibilidades de reinserción y contribuir a la reincidencia, afectando también a sus familias y comunidades.

En este contexto, la Administración Distrital está llamada a liderar la creación de programas integrales que beneficien a estas mujeres y jóvenes, con un enfoque de derechos humanos, perspectiva de género y garantías de no revictimización. Esto implica diseñar estrategias que ofrezcan acceso a educación, formación laboral, bienestar emocional y participación en el Sistema Distrital de Cuidado. Adicionalmente, es importante enfatizar la prevención del estigma y la discriminación, facilitando así su reintegración efectiva y evitando que el cumplimiento de una pena se convierta en una barrera insuperable para el desarrollo integral de sus vidas.

El fortalecimiento de estos programas no solo tiene un impacto positivo en las personas beneficiarias, sino también en la sociedad en su conjunto. La implementación de oportunidades reales para estas mujeres y adolescentes mejora significativamente el tejido social, promoviendo una convivencia basada en la inclusión y la resiliencia. Al reducir la reincidencia, se contribuye directamente a la seguridad ciudadana, disminuyendo los costos sociales y económicos asociados al delito y la reclusión.

De igual manera, estas acciones permiten fortalecer una cultura de justicia restaurativa, en la que el individuo es visto como un ser capaz de transformar su realidad y aportar a la comunidad. Una sociedad resiliente reconoce que las segundas oportunidades son esenciales para superar adversidades y construir un entorno más equitativo. Este proyecto reafirma el compromiso de Bogotá con la equidad y la construcción de una sociedad más justa e incluyente, donde cada persona tenga la posibilidad de reconstruir su vida y contribuir al bienestar colectivo.

2.1. Justicia Restaurativa en Colombia

La justicia restaurativa es un enfoque que busca reparar los daños causados por el delito mediante procesos de diálogo, reconciliación y restauración de las relaciones afectadas. Este modelo se centra en las necesidades de las víctimas, los ofensores y la comunidad, promoviendo la participación activa de todas las partes involucradas para alcanzar una solución conjunta y equitativa (Zehr, 2002)¹¹⁰. En contraste con los sistemas punitivos tradicionales, la justicia restaurativa enfatiza la responsabilidad, la restitución y la rehabilitación como pilares fundamentales.

En Colombia, la justicia restaurativa se ha implementado principalmente en el marco del Sistema de Responsabilidad Penal Adolescente (Ley 1098 de 2006), como una alternativa para abordar los conflictos desde una perspectiva educativa y transformadora. Este sistema busca garantizar que los adolescentes en conflicto con la ley comprendan el impacto de sus acciones y asuman responsabilidad, mientras reciben apoyo para reintegrarse a la sociedad de manera productiva (Defensoría del Pueblo, 2016)¹¹¹.

¹¹⁰ Zehr, H. (2002). *The Little Book of Restorative Justice*. Good Books.

¹¹¹ Defensoría del Pueblo. (2016). *El sistema de responsabilidad penal para adolescentes en Colombia: Balance y desafíos*. Bogotá: Defensoría del Pueblo.

Los programas de justicia restaurativa en el país incluyen mediaciones, comités de reconciliación y proyectos de servicio comunitario, los cuales promueven la reparación simbólica y material hacia las víctimas y la sociedad. Adicionalmente, estos programas contemplan el bienestar integral de los ofensores, con intervenciones en salud mental, educación y desarrollo de habilidades laborales, elementos clave para evitar la reincidencia (Ministerio de Justicia y del Derecho, 2020)¹¹².

Para las mujeres, la justicia restaurativa incorpora una perspectiva de género que reconoce las desigualdades estructurales que las afectan. En muchos casos, estas mujeres han sido víctimas de violencia de género o han enfrentado exclusiones sociales que influyeron en su participación en actividades delictivas. Por tanto, los programas dirigidos a ellas incluyen componentes de empoderamiento, redes de apoyo y oportunidades para reconstruir sus proyectos de vida, respetando su dignidad y promoviendo su autonomía (UNODC, 2018)¹¹³.

El bienestar en la justicia restaurativa se define como la capacidad de las personas para superar el daño sufrido y construir nuevas oportunidades a partir del reconocimiento mutuo y el apoyo comunitario. (Naciones Unidas, 2006)¹¹⁴ Este enfoque no solo busca reparar los daños, sino también transformar las condiciones que dieron origen al delito, contribuyendo a la cohesión social y a una convivencia pacífica y sostenible. En el contexto colombiano, estas iniciativas refuerzan la promoción de los derechos humanos y la construcción de una sociedad más incluyente y equitativa.

2.2. Estadísticas y Situación Actual de Mujeres en el Sistema Penal.

En Colombia, las mujeres representan el 6,7% de la población carcelaria total, según el Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario (INPEC, 2024)¹¹⁵. Los delitos más comunes cometidos por mujeres incluyen el tráfico de estupefacientes (39%), hurto (17%), concierto para delinquir (10%) y homicidio (8%). Estas cifras revelan que una proporción significativa de mujeres está vinculada a economías ilegales, a menudo derivadas de condiciones socioeconómicas precarias.

¹¹² Ministerio de Justicia y del Derecho. (2020). Informe de programas de justicia restaurativa en Colombia. Recuperado de <https://www.minjusticia.gov.co>.

¹¹³ Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC). (2018). Perspectiva de género en la justicia restaurativa: Una guía práctica. Recuperado de <https://www.unodc.org>.

¹¹⁴ Naciones Unidas (2006) Manual sobre Programas de Justicia Restaurativa. Recuperado de: .
https://www.unodc.org/documents/justice-and-prison-reform/Manual_sobre_programas_de_justicia_restaurativa.pdf

¹¹⁵ Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario (INPEC). (2023). Tablero estadístico: Mujeres en el sistema penitenciario colombiano. https://www.inpec.gov.co/atencion-y-servicio-a-la-ciudadania/estadisticas/tableros-estadisticos?utm_source

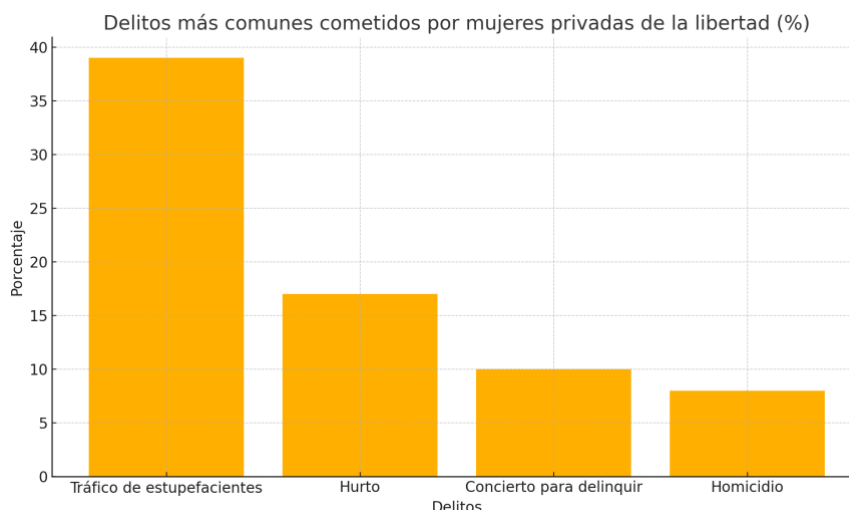


Figura 1. Delitos más comunes cometidos por mujeres privadas de la libertad (%)

Fuente. INPEC, 2023. Elaboración propia

En cuanto al tiempo de reclusión, las penas oscilan entre los 4 y los 12 años, dependiendo del delito. La mayoría de las mujeres cumplen sus penas en establecimientos penitenciarios intramurales, mientras que un porcentaje menor accede a prisión domiciliaria o libertad condicional. Sin embargo, el hacinamiento en las cárceles de mujeres alcanza niveles preocupantes: a nivel nacional, el promedio de ocupación es del 136%, mientras que en Bogotá, en la Cárcel Distrital El Buen Pastor, supera el 150%. (INPEC, 2024)¹¹⁶

La reincidencia también es un fenómeno alarmante. Según estudios recientes, aproximadamente el 25% de las mujeres privadas de la libertad reinciden en actividades delictivas tras su liberación. Esto se debe principalmente a la falta de oportunidades laborales y educativas, así como al estigma social que dificulta su reintegración (Ministerio de Justicia y del Derecho, 2020).¹¹⁷

Las mujeres privadas de la libertad enfrentan problemáticas diferenciales que incluyen la falta de acceso adecuado a productos para la gestión menstrual. Este factor impacta su dignidad y salud, especialmente en contextos de hacinamiento donde la disponibilidad de insumos es limitada (Gomez, 2022)¹¹⁸. Además, muchas son madres que mantienen la

¹¹⁶ Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario (INPEC). (2024). Tablero estadístico: Mujeres en el sistema penitenciario colombiano. https://www.inpec.gov.co/atencion-y-servicio-a-la-ciudadania/estadisticas/tableros-estadisticos?utm_source

¹¹⁷ Ministerio de Justicia y del Derecho. (2020). Informe sobre reincidencia en población penitenciaria. Bogotá: Ministerio de Justicia. Recuperado de <https://www.minjusticia.gov.co>

¹¹⁸ María Aljegovandira Gómez Universidad de la Sabana (2022). Menstruación en centros penitenciarios, un tabú que atraviesa las rejas Recuperado de: <https://www.unisabana.edu.co/portaldenoticias/sello-sabana/menstruacion-en-centros-penitenciarios-un-tabu-que-atravesia-las-rejas/>

responsabilidad emocional y económica hacia sus hijos, lo que genera altos niveles de angustia y dificulta su concentración en programas de resocialización. En Colombia, se estima que el 60% de las mujeres en prisión son madres (INPEC, 2023)¹¹⁹.

La maternidad en la cárcel presenta desafíos únicos. Los programas existentes para madres reclusas a menudo no cubren las necesidades psicológicas ni educativas de sus hijos, lo que perpetúa un ciclo de exclusión social. Por otro lado, la separación forzada de sus hijos genera impactos emocionales significativos tanto en las mujeres como en los menores, afectando la relación familiar y su bienestar integral (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2023)¹²⁰. Estas problemáticas requieren soluciones integrales que incluyan atención en salud, educación, y apoyo psicosocial, tanto para las mujeres como para sus familias.

En el Sistema de Responsabilidad Penal Adolescente (SRPA)¹²¹, las adolescentes representan el 15% de los casos activos. Los delitos más frecuentes son hurto (45%), lesiones personales (20%) y tráfico de estupefacientes (15%). Las medidas socioeducativas buscan evitar la reclusión, pero en casos graves se opta por centros especializados. No obstante, las condiciones de estos centros enfrentan críticas por falta de infraestructura adecuada y programas efectivos de rehabilitación.

El panorama descrito evidencia la necesidad de diseñar estrategias integrales que aborden tanto las condiciones dentro de los establecimientos penitenciarios como las oportunidades posteriores a la liberación, promoviendo la inclusión y el bienestar de estas mujeres y adolescentes en conflicto con la ley.

2.3. Situación Carcelaria de la Cárcel Distrital: Anexo Mujeres.

De acuerdo con la respuesta al Derecho de Petición interpuesto, con corte al 13 de diciembre de 2024, el Anexo de Mujeres de la Cárcel Distrital de Bogotá alberga a 113 mujeres privadas de la libertad. Desde el año 2017, 1.898 mujeres han obtenido su libertad tras haber estado reclusas, de las cuales 204 cumplieron la totalidad de su pena. Las principales actividades realizadas dentro del establecimiento están orientadas a promover el bienestar físico, mental y social de las mujeres internas. Estas incluyen programas de salud mental, formación ocupacional y actividades culturales, todas enfocadas en garantizar un tratamiento digno y en fomentar su reintegración social.

¹¹⁹ *ibidem*

¹²⁰ Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) (2023), Mujeres privadas de libertad en las Américas. Recuperado de: <https://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/2023/Informe-Mujeres-privadas-libertad.pdf>

¹²¹ Defensoría del Pueblo. (2023). Informe defensorial: situación de derechos de adolescentes y jóvenes que cumplen medidas privativas de la libertad en el Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes. Recuperado de: <https://repositorio.defensoria.gov.co/items/47566349-cca8-4d75-bb06-5938a4c36c4e>

Entre los servicios ofrecidos, se encuentran actividades grupales como talleres de prevención de conductas suicidas, manejo de sustancias psicoactivas, prevención de abuso sexual y violencia, con un impacto significativo en la mejora de las condiciones emocionales y sociales de las internas. Durante el período 2020-2024, las actividades grupales y de atención individual alcanzaron un total de 55.331 participaciones en salud mental y 14.871 seguimientos individuales.

2.3.1. Programas Desarrollados en la Cárcel Distrital.

Los programas incluyen formación en oficios como confección, panadería y música, además de talleres literarios y actividades recreativas que fomentan habilidades ocupacionales y creatividad. A través de convenios con entidades públicas y privadas, se han implementado iniciativas para el acceso a educación formal y formación técnica. Destaca el enfoque en la gestión emocional, liderado por la Secretaría Distrital de la Mujer, y talleres de educación menstrual sostenibles (Alcaldía Distrital, 2024)¹²²

2.4. Adolescentes en el Sistema de Responsabilidad Penal Adolescente.

En Bogotá, las adolescentes vinculadas al Sistema de Responsabilidad Penal Adolescente (SRPA) son atendidas en tres centros especializados: el Centro Transitorio, el Centro de Internamiento Preventivo “La Acogida” y el Hogar Femenino “La Esmeralda”. Los programas de atención incluyen educación formal, formación técnica en áreas como cocina y barbería, y actividades culturales como danza y fotografía. Entre 2020 y 2024, cerca de 800 jóvenes retomaron el sistema educativo y más de 150 culminaron su bachillerato, lo que evidencia un impacto significativo en su reintegración social (Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, 2024)¹²³.

2.5. Implicaciones de la Reclusión para las Mujeres.

El estigma asociado a las mujeres exreclusas es significativamente más severo en comparación con el que enfrentan los hombres en las mismas condiciones. Esto se traduce en barreras persistentes para acceder a empleo formal, educación superior, y servicios básicos de salud y bienestar. Según un informe del Ministerio de Justicia, más del 70% de las mujeres privadas de la libertad en Colombia experimentan discriminación basada en su historial delictivo tras su liberación, lo que limita sus posibilidades de reintegración efectiva (Ministerio de Justicia y del Derecho, 2020)¹²⁴.

Además, la sociedad tiende a imponer juicios morales estrictos sobre las mujeres, cuestionando su rol como madres y su capacidad de redención. Este estigma perpetúa su exclusión social y las lleva a depender de redes informales o a reincidir

¹²² Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia. (13 de diciembre de 2024) Respuesta a Derecho de Petición elaborado por el HC Julian Rodriguez Sastoque.

¹²³ Idem.

¹²⁴ Ministerio de Justicia y del Derecho (2020). Cápsula demográfica para Mujeres Privadas de la Libertad.. <https://www.minjusticia.gov.co/Sala-de-prensa/PublicacionesMinJusticia/CAPSULA%20MUJERES%20PRIVADAS%20DE%20LA%20LIBERTAD.pdf>

en actividades delictivas para sobrevivir. La situación es aún más crítica para las mujeres que provienen de comunidades vulnerables, donde las oportunidades de inclusión social son limitadas.

2.5.1. Responsabilidades familiares.

El 65% de las mujeres privadas de la libertad en Colombia son madres, y el 45% son cabezas de familia (INPEC, 2023)¹²⁵. Estas cifras reflejan que su encarcelamiento impacta no solo su vida, sino también la de sus hijos y dependientes. Los niños de mujeres encarceladas tienen tres veces más probabilidades de abandonar la escuela y experimentar problemas de salud mental, debido a la separación forzada y la falta de estabilidad emocional y económica.

2.5.2. Salud mental.

La salud mental de las mujeres reclusas está significativamente afectada por las condiciones de encarcelamiento y la separación de sus familias. Estudios realizados en el Centro de Rehabilitación Femenino El Buen Pastor en Barranquilla muestran que el 85% de las internas presentan síntomas de depresión, y el 68% sufren trastornos de ansiedad (Defensoría del Pueblo, 2022)¹²⁶. Además, el 54% de estas mujeres han enfrentado problemas de adicción a sustancias psicoactivas, lo que agrava su vulnerabilidad y dificulta su proceso de rehabilitación.

El acceso a servicios de salud mental dentro de los centros penitenciarios sigue siendo insuficiente. Las consultas psicológicas individuales están disponibles solo para un porcentaje limitado de internas, y los talleres grupales no siempre abordan las necesidades específicas relacionadas con el trauma y la separación familiar.

2.5.3. Condiciones de reclusión.

El hacinamiento en los centros penitenciarios femeninos en Colombia, que alcanza un promedio del 136%, agrava aún más las dificultades que enfrentan las mujeres reclusas. En algunas cárceles, como El Buen Pastor en Bogotá, este porcentaje supera el 150% (INPEC, 2023)¹²⁷. La falta de espacios adecuados para la privacidad, combinada con recursos limitados para la higiene personal, especialmente para la gestión menstrual, pone en riesgo la salud física y emocional de las internas.

2.5.4. Repercusiones económicas y sociales.

¹²⁵ Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario (INPEC). (2024). Tablero estadístico: Mujeres en el sistema penitenciario colombiano. https://www.inpec.gov.co/atencion-y-servicio-a-la-ciudadania/estadisticas/tableros-estadisticos?utm_source

¹²⁶ Defensoría del Pueblo. (2022). Condiciones de reclusión en cárceles femeninas en Colombia. Recuperado de <https://defensoria.gov.co>.

¹²⁷ Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario (INPEC). (2023). Informe anual de estadísticas penitenciarias. Recuperado de <https://inpec.gov.co>.

Las mujeres encarceladas tienen menos acceso a programas de capacitación y empleo en comparación con los hombres. Según el INPEC, menos del 40% de las internas participan en actividades laborales o educativas durante su tiempo en prisión, lo que limita sus posibilidades de adquirir habilidades que les permitan reinserirse en la sociedad (Ministerio de Justicia y del Derecho, 2024)¹²⁸. Esto no solo perpetúa la exclusión social, sino que también aumenta las tasas de reincidencia, que se estiman en un 30% entre las mujeres privadas de la libertad en Colombia.

2.6. Desafíos Post-Reclusión.

Las mujeres que han cumplido penas privativas de la libertad enfrentan múltiples desafíos al reinserirse en la sociedad. Estos obstáculos abarcan desde la estigmatización social hasta dificultades en el acceso a oportunidades laborales y educativas, afectando su bienestar y el de sus familias (Red de Apoyo Psicosocial y Jurídico, 2024)¹²⁹.

2.6.1. Estigmatización y Discriminación.

La sociedad suele imponer un estigma significativo sobre las mujeres pospenadas, cuestionando su moralidad y capacidad de reintegración. Este prejuicio limita sus oportunidades de empleo y participación social, perpetuando ciclos de exclusión y vulnerabilidad. Según un estudio, las mujeres reclusas en Colombia enfrentan problemáticas asociadas con la infraestructura de los centros penitenciarios, los derechos humanos y las repercusiones de la estancia carcelaria en la salud integral y las relaciones familiares. (Rambal, 2021)¹³⁰.

2.6.2. Acceso al Empleo y Educación

La reintegración laboral es uno de los mayores desafíos para las mujeres pospenadas. La falta de programas de capacitación adecuados y el rechazo por parte de empleadores debido a antecedentes penales dificultan su inserción en el mercado laboral. Un informe destaca que las mujeres privadas de libertad en Colombia enfrentan condiciones de hacinamiento y un tratamiento resocializador que sigue los roles de género tradicionales, lo que limita su acceso a oportunidades educativas y laborales (Vergara, 2022)¹³¹.

¹²⁸ Ministerio de Justicia y del Derecho. (2024). Impacto del sistema penitenciario en mujeres privadas de la libertad. Recuperado de <https://minjusticia.gov.co>.

¹²⁹ Red de Apoyo Psicosocial y Jurídico. (2024). Reinserción social: Desafíos y oportunidades para los ex-reclusos en Colombia. Recuperado de <https://celdascondignidad.org>

¹³⁰ Rambal Simanca, M. C., Amaris Macías, M. del C., & Sobczyk, R. A. (2021). Realidades de las mujeres reclusas en Colombia. *Revista Criminalidad*, 63(1), 141-157. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-31082021000100141

¹³¹ Vergara García, M. A. (2022). *Mujeres pospenadas: proceso de resocialización desde la educación y el trabajo* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Recuperado de https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/61360/Mujeres%20Pospenadas%20Proceso%20de%20resocializacio%CC%81n%20desde%20la%20educacio%CC%81n%20y%20el%20trabajo.pdf?sequence=3&utm_source=chatgpt.com

2.6.3. Salud Mental y Apoyo Psicosocial.

La reclusión y la posterior reintegración social pueden generar o exacerbar problemas de salud mental en las mujeres pospenadas. La ausencia de redes de apoyo y la discriminación aumentan el riesgo de depresión, ansiedad y otros trastornos. Es esencial proporcionar servicios de salud mental que aborden estas necesidades específicas para facilitar una reintegración exitosa. Un estudio resalta la importancia de comprender las experiencias de las madres cabeza de familia pospenadas en su proceso de reintegración social para generar acciones interventivas más efectivas.(Fundación Celdas con Dignidad, 2024)¹³²

2.6.4. Teorías sobre la Reintegración Social.

La teoría de la reintegración sugiere que incentivar a las personas a construir un nuevo proyecto de vida ayuda a superar los factores de vulnerabilidad que las llevaron a situaciones de riesgo. En el caso de las mujeres pospenadas, esto implica ofrecer oportunidades educativas, laborales y de apoyo psicosocial que les permitan redefinir su identidad y rol en la sociedad (García, 2018)¹³³.

2.7. Programas Internacionales Exitosos.

Diversos programas internacionales han mostrado resultados prometedores. En Noruega, el programa "Opprykk" combina capacitación en tecnología y mentoría personalizada, logrando una reducción del 40% en la reincidencia entre mujeres participantes. Este programa proporciona entrenamiento en habilidades tecnológicas que son demandadas en el mercado laboral, además de asignar mentores que ofrecen apoyo personalizado durante el proceso de reintegración (Johansen, 2019)¹³⁴.

Por su parte, "Pathways" en Australia utiliza un enfoque basado en competencias para reinsertar a las mujeres en sectores de alta demanda laboral, como la industria de la salud y la tecnología. Este programa identifica las necesidades específicas del mercado laboral local y diseña capacitaciones para que las mujeres adquieran competencias técnicas y blandas necesarias. Como resultado, ha obtenido una tasa de empleo del 50% a los seis meses de su finalización (Smith et al., 2020)¹³⁵.

¹³² Fundación Celdas con Dignidad, Red de Apoyo Psicosocial y Jurídico. (2024). Reinserción social: Desafíos y oportunidades para los ex-reclusos en Colombia. Recuperado de <https://celdascondignidad.org>

¹³³ García Peña, J. J., & Arana Medina, C. M. (2018). Condiciones de base para la reintegración social en el posconflicto. *Ciencia y Sociedad*, 43(4), 69-81. <https://doi.org/10.22206/cys.2018.v43i4.pp69-81>

¹³⁴ Johansen, E. (2019). Gender-responsive rehabilitation programs in Norway: A focus on technology and employment. *Scandinavian Journal of Criminology*, 42(2), 87-102.

¹³⁵ Smith, T., Williams, G., & Patel, S. (2020). Pathways: A Competency-Based Approach to Reintegration for Women in Australia. *Australian Journal of Social Work*, 64(5), 223-239.

En Argentina, el programa "Mujeres Libres" ofrece talleres de capacitación laboral enfocados en emprendimientos y habilidades artesanales, así como apoyo psicológico grupal e individual. Este enfoque holístico ha demostrado reducir la reincidencia en un 22% en comparación con mujeres que no accedieron a estos servicios (Fernández & Gutiérrez, 2019)¹³⁶, así como el Centro Universitario Devoto (CUD) en Buenos Aires permite a personas privadas de la libertad acceder a educación superior, facilitando su reinserción social y laboral (Salomon, 2024)¹³⁷. Otro ejemplo notable en Chile es la Fundación Paz Ciudadana, en colaboración con Gendarmería, ha desarrollado propuestas para la rehabilitación y reinserción de reclusos, impulsando la relación entre el sector privado y las instituciones penitenciarias (Fundación Paz Ciudadana, 2024)¹³⁸.

En España, el programa "Avanza Mujer" incorpora la perspectiva de género al proporcionar servicios complementarios como guarderías y apoyo educativo para los hijos de las beneficiarias. Esta estrategia busca reducir la carga familiar y facilitar que las mujeres participen activamente en programas de capacitación y empleo, incrementando su autonomía económica (Gómez, 2018)¹³⁹.

2.8. Iniciativas en Colombia

En Colombia, diversas iniciativas han surgido para proporcionar segundas oportunidades integrales a las mujeres pospenadas. Una de las más destacadas es la Fundación Acción Interna, que ofrece programas de formación y empleo a mujeres en proceso de reintegración. A través de talleres de panadería, confección y atención al cliente, este programa busca dotar a las participantes de habilidades técnicas que les permitan generar ingresos estables. Además, se complementa con sesiones de acompañamiento psicológico y mentoría, logrando reducir significativamente los índices de reincidencia (Acción Interna, 2023).¹⁴⁰

Otra iniciativa clave es "Conectando Oportunidades", liderada por el Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario (INPEC). Este programa se centra en la reinserción laboral a través de alianzas con empresas privadas y públicas que ofrecen empleos dignos a mujeres liberadas. Según datos del INPEC, el programa ha logrado que el 40% de sus

¹³⁶ Fernández, L., & Gutiérrez, P. (2019). Reintegración social y laboral de mujeres en contextos pospenitenciarios en América Latina. Buenos Aires: Ediciones Sociales.

¹³⁷ Salomón, J. (2024, October 14). La universidad se mete a la cárcel en América Latina. El País América. https://elpais.com/america-futura/2024-10-14/la-universidad-se-mete-a-la-carcel-en-america-latina.html?utm_source=chatgpt.com

¹³⁸ Fundación Paz Ciudadana. (2024). Políticas de rehabilitación y reinserción en Chile. Biblioteca CEJA. Recuperado de <https://biblioteca.cejamericas.org>

¹³⁹ Gómez, R. (2018). Programas integrales para la reinserción de mujeres exreclusas en España: Resultados y retos. Madrid: Universidad Complutense.

¹⁴⁰ Bahamón, J. (2024). Acción Interna: Segundas oportunidades para mujeres reclusas. El País. Recuperado de https://elpais.com/america-colombia/branded/los-lideres-de-colombia/2024-12-05/johana-bahamon-la-mujer-de-las-segundas-oportunidades.html#?prm=copy_link

participantes encuentren empleo formal en los primeros seis meses tras su liberación. Además, incluye capacitaciones en habilidades blandas como trabajo en equipo y comunicación efectiva (INPEC, 2022).¹⁴¹

Otro ejemplo destacado es "Reinicia" en Colombia, que se basa en un modelo de economía solidaria. Las participantes trabajan en cooperativas autogestionadas que les permiten generar ingresos sostenibles mientras desarrollan habilidades en gestión empresarial. Este modelo ha logrado que el 65% de sus participantes consigan estabilidad económica a largo plazo (López et al., 2023)¹⁴².

La Casa Libertad, gestionada por la Secretaría de Justicia del Distrito, es un ejemplo emblemático de iniciativas que promueven la reintegración de mujeres pospenadas en Bogotá. Este espacio ofrece una variedad de servicios enfocados en la orientación jurídica, acompañamiento psicológico y oportunidades de empleo. Las mujeres que acuden a esta institución reciben apoyo integral para su inclusión social y económica, disminuyendo así las barreras que enfrentan al reinsertarse en la sociedad. Además, se desarrollan talleres y capacitaciones en habilidades laborales y emprendimiento, fortaleciendo su autonomía y dignidad. Esta estrategia ha demostrado un impacto positivo en la reducción de la reincidencia y la promoción de una sociedad más inclusiva y equitativa. (Secretaría de Justicia, 2022).¹⁴³

3. RELACIÓN DE LA INICIATIVA CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.

Este Proyecto de Acuerdo tiene relación significativa con varios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)¹⁴⁴. Debido a que los lineamientos de la estrategia integral de "segundas oportunidades" en Bogotá busca que en el caso de las mujeres que han cumplido penas privativas de la libertad en la Cárcel Distrital, y de mujeres jóvenes vinculadas al Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes en Bogotá, garantizar su acceso a oportunidades educativas, laborales, de salud mental y participación en el sistema distrital de cuidado. Este enfoque, basado en derechos humanos y perspectiva de género, facilita su reintegración social y contribuye a la reducción de la reincidencia. Así, fortalece la cohesión social y promueve la justicia restaurativa, un pilar para superar adversidades y construir una sociedad más equitativa. Esta iniciativa se alinea con los Objetivos 1. Fin de la Pobreza, 3. Salud y Bienestar, 5. Igualdad de Género, 10. Reducción de las desigualdades, de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, descritos a continuación:

¹⁴¹ INPEC. (2024). Conectando oportunidades: Rehabilitación digital para mujeres en reclusión. Recuperado de <https://www.inpec.gov.co/web/guest/w/conectando-oportunidades-rehabilitacion-digital-para-mujeres-en-reclusion->

¹⁴² López, M., Rodríguez, J., & García, N. (2023). Economía solidaria y reintegración: El caso de "Reinicia" en Colombia. *Revista Latinoamericana de Sociología*, 55(1), 67-85.

¹⁴³ Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia. (2022). Casa Libertad: Reintegración y oportunidades para mujeres pospenadas. Recuperado de <https://scj.gov.co/es/justicia/casa-libertad>

¹⁴⁴ Naciones Unidas Colombia (s.a). Acerca de nuestro trabajo para los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia. Recuperado de: <https://colombia.un.org/es/sdgs>



Fin de la pobreza: La relación con el ODS 1, implica reconocer las condiciones de vulnerabilidad que tienen las mujeres pospenadas, así de mujeres jóvenes vinculadas al Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes en Bogotá, para garantizar sus oportunidades, en concordancia con la Meta 1B “Desarrollar marcos normativos focalizados a población en situación de pobreza y sensibles al género”.



Salud y bienestar: En coherencia con la meta 3.7 del ODS 3, que busca garantizar el acceso universal a la salud sexual y reproductiva, es fundamental garantizar que las mujeres pospenadas reciban atención integral en este ámbito. Esto incluye acceso a servicios de planificación familiar, información y educación en salud reproductiva. Además, es esencial dignificar su gestión menstrual mediante un acompañamiento especializado, que no solo atienda sus necesidades físicas, sino que también promueva su bienestar emocional y social. La inclusión de estas mujeres en los programas de salud reproductiva es crucial para su reintegración plena y el respeto a sus derechos, contribuyendo a una sociedad más equitativa y con acceso universal a la salud.



Igualdad de Género: En línea con las metas 5.1, 5.c y 5.a del ODS 5, es fundamental garantizar que las mujeres pospenadas puedan acceder a una vida libre de discriminación, fortaleciendo acuerdos y normatividad que promuevan la igualdad de género y el empoderamiento femenino. Combatir la discriminación contra ellas es esencial para su reintegración y resocialización, asegurando que reciban el acompañamiento necesario para el acceso a recursos económicos, propiedad y servicios, permitiendo que las mujeres pospenadas ejerzan el control sobre sus bienes y tengan acceso a servicios financieros. Estas medidas son fundamentales para su autonomía, para fortalecer su reintegración y para construir una sociedad más equitativa, donde todas las mujeres y niñas puedan desarrollar su potencial

plenamente.



Reducción de las desigualdades: Teniendo en cuenta las metas 10.2 y 10.3 del ODS 10, es crucial garantizar la inclusión social, económica y política de las mujeres que han cumplido penas privativas de la libertad en la Cárcel Distrital, así como de las mujeres jóvenes vinculadas al Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes en Bogotá. Se debe promover su acceso a igualdad de oportunidades y eliminar cualquier forma de discriminación, combatiendo las barreras legales y sociales que dificultan su reintegración. Además, es fundamental ofrecerles acompañamiento en su gestión menstrual, asegurando su dignificación y acceso a servicios de salud adecuados. Garantizar el acceso a recursos económicos, propiedad y servicios financieros fortalecerá su autonomía y empoderamiento.

Estas acciones contribuyen no solo a la inclusión de estas mujeres, sino a una sociedad más equitativa y libre de discriminación, donde todas las personas tengan las mismas oportunidades para desarrollarse plenamente.

4. RELACIÓN DE LA INICIATIVA CON EL PLAN DISTRITAL DE DESARROLLO 2024 - 2027 “BOGOTÁ CAMINA SEGURA”

Este apartado debe relacionar las iniciativas del PA con los objetivos, planes, programas y metas del Plan Distrital de Desarrollo vigente.

Acuerdo 927 de 2024 - Plan de Desarrollo Bogotá “camina Segura”.

Artículo 9. Programas del objetivo estratégico “Bogotá confía en su Bien-Estar”.

9.4. Programa 12. Salud Pública Integrada e Integral. Para el Bien-Estar de los habitantes con el desarrollo de este programa, se convoca a los sectores a promover los mecanismos de articulación, coordinación y cooperación para favorecer el desarrollo de alianzas y potenciar acciones para la afectación positiva de los determinantes sociales de las inequidades en salud (condiciones socioeconómicas y ambientales; acceso a servicios básicos y características personales: hábitos aprendidos y estilos de vida).

9.6. Programa 14. Bogotá cuida a su gente. Este programa busca prestar servicios sociales para la población con desventajas sistémicas desde el enfoque diferencial, de género y étnico con el fin de aumentar los niveles de Bien-estar para la población de todas las edades. Así, se espera generar atención a: niñas y niños en servicios de atención integral; jóvenes con oportunidades de inclusión social y productiva; personas mayores en espacios que permitan su cuidado integral; personas con discapacidad, pertenecientes a grupos étnicos, de sectores sociales LGBTI, víctimas de conflicto y migrantes con oportunidades de integrarse a una ciudad amable y accesible. Particularmente, se coordinarán las acciones encaminadas a prevenir la manifestación de situaciones que comprometan la integridad de la población, con énfasis en la generación de acciones que fortalezcan los factores protectores ante posibles situaciones de violencia contra la población de los grupos de especial protección constitucional (abuso sexual infantil). Cuidar a la gente de Bogotá implica atender las demandas de su población, equilibrando la provisión de servicios sociales y fortaleciendo el conjunto de redes que articulan equipamientos para reconocer, redistribuir y reducir el tiempo dedicado, especialmente por mujeres, al trabajo de cuidado no remunerado, promoviendo la autonomía y empoderamiento, para que las personas cuidadoras, tengan tiempo de dedicarse al desarrollo personal, el autocuidado, el bienestar, la generación de ingresos y la participación política. Para esto tendrá acceso al goce efectivo de los derechos humanos y el ejercicio de las libertades de todas las personas que habitan o transitan Bogotá, previniendo la exclusión por procedencia étnica, religiosa, social, política u orientación sexual. Lo anterior implica la aplicación de los enfoques diferenciales de género, mujer, familia y étnico.

Para garantizar la prestación de servicios sociales de calidad, gratuitos y especializados para las mujeres, se evaluarán, ajustarán y actualizarán modelos de atención territorial, incrementando la presencia institucional, articulando los 15 sectores, acercando la oferta de servicios a las mujeres y ajustándose a sus actuales demandas. Esta actualización e incremento de la presencia institucional se llevará a cabo especialmente en la operación de Casas de igualdad de Oportunidades para las Mujeres y Manzanas del cuidado, propendiendo por el desarrollo de estrategias que aporten al empoderamiento social, político y económico de las mujeres en sus diferencias y diversidades

Artículo 11. Programas del objetivo estratégico “Bogotá confía en su potencial”.

11.3. Programa 19. Promoción del emprendimiento, el pequeño comercio y la generación de ingresos. Las personas interesadas en emprender o que ya son parte del sector productivo en Bogotá, como tenderos, pequeños comerciantes, microempresarios o medianos empresarios, tendrán acceso a una amplia gama de servicios de apoyo gracias al Sistema Distrital de Apoyo al Emprendimiento, liderado por la administración distrital. Este sistema se enfocará especialmente en jóvenes, adultos, mujeres, personas mayores, poblaciones y comunidades étnicas y personas con discapacidad, así como en sus cuidadores, con el objetivo de promover su crecimiento, mejorar su productividad y fomentar un desarrollo económico sostenible en la ciudad. Para fomentar el emprendimiento, se desarrollará una estrategia integral de fortalecimiento empresarial, para que los negocios locales accedan a servicios especializados de formación y acompañamiento al emprendimiento, seguimiento y la provisión de herramientas. Estos elementos en conjunto contribuyen al incremento del desempeño y la robustez del negocio. Así mismo, es crucial proporcionar formación en nuevas capacidades y garantizar el acceso a iniciativas como redes de innovación, herramientas tecnológicas y servicios digitales, que estarán disponibles en las diferentes localidades de Bogotá. Con este programa, las entidades pertinentes ofrecerán y promoverán de forma articulada el uso de datos precisos y estructurados para quienes emprendan analizando las oportunidades del mercado a nivel distrital, nacional e internacional. Asimismo, se desarrollarán estrategias, programas y proyectos para la generación de ingresos que permitan a las mujeres que ejercen una actividad económica informal, de asociatividad o comunitaria, lograr de manera progresiva la estabilidad y formalización del trabajo que realizan. De otra parte, con este programa se seguirá aunando esfuerzos para que el trabajo reproductivo y no remunerado que principalmente desarrollan las mujeres especialmente con ocasión del cuidado a nivel familiar, ambiental y social se reconozca, redistribuya y reduzca. Bogotá implementará mecanismos para el financiamiento de las unidades productivas locales especialmente a través de créditos y/o capital de trabajo e inversión para promover la modernización de los negocios locales de Bogotá. Estos programas deben tener condiciones flexibles que faciliten el otorgamiento del financiamiento o capital a los negocios locales, con condiciones diferenciales según la población a priorizar y la robustez de los negocios.

5. SUSTENTO JURÍDICO

5.1. Bloque de Convencionalidad

El marco de derechos humanos internacional es esencial para sustentar esta iniciativa. La Convención Americana sobre Derechos Humanos (CADH), en su artículo 5, establece el derecho de las personas privadas de la libertad a un tratamiento digno que permita su rehabilitación. Asimismo, las Reglas de Bangkok (2010) hacen un llamado específico a garantizar medidas de género en el tratamiento y reintegración de mujeres privadas de la libertad.

5.2. Normas de Rango Constitucional

La Constitución Política de Colombia establece en su artículo 13 el principio de igualdad, promoviendo medidas especiales para grupos vulnerables. El artículo 43 consagra la protección especial a las mujeres, mientras que el artículo 67 garantiza la educación como derecho fundamental y herramienta de rehabilitación. Además, el artículo 93 incorpora el bloque de constitucionalidad, vinculando los tratados internacionales de derechos humanos al ordenamiento jurídico interno.

5.3. Normas de Rango Reglamentario

5.3.1. Del Orden Nacional

- Ley 489 de 1998: Establece las bases para la creación, organización y funcionamiento de las entidades del orden público, aplicable a la creación y gestión de establecimientos penitenciarios y carcelarios.
- Ley 1257 de 2008: Establece medidas para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres, incluyendo el fortalecimiento de su autonomía económica y social.
- Ley 1709 de 2014: Reforma el Código Penitenciario y Carcelario, destacando la necesidad de programas de resocialización.
- Decreto 413 de 2016: Reglamenta la estructura y funcionamiento de las cárceles distritales, incorporando estrategias de resocialización y atención integral para las personas privadas de la libertad.
- Decreto 1950 de 2020: Regula el Sistema Nacional de Responsabilidad Penal para Adolescentes, promoviendo medidas pedagógicas y de reintegración social.
- Ley 2208 de 2022: *Ley Jhoana Bahamón*. Esta ley establece incentivos económicos para fortalecer el acceso y las oportunidades en empleo y formación para la población pospenada, promoviendo segundas oportunidades a través de alianzas público-privadas y apoyo técnico.
- Ley 2261 de 2022: Garantiza la entrega gratuita, oportuna y suficiente de artículos de higiene y salud menstrual a las mujeres privadas de la libertad. El artículo 4 establece un trabajo conjunto entre el Ministerio de Salud y el

INPEC para reglamentar dicha entrega, proceso culminado con la publicación de la Resolución 1235 de 2024, del Ministerio de Salud.

- Decreto 399 de 2022: Crea el Programa Empleo Incluyente para el cierre de brechas de población de difícil empleabilidad y se dictan otras disposiciones, promoviendo oportunidades laborales para poblaciones vulnerables.

5.3.2. Del Orden Distrital

- Acuerdo 676 de 2017: Establece políticas públicas de equidad de género en Bogotá, incluyendo acciones afirmativas para mujeres en contextos de vulnerabilidad.
- Decreto 593 de 2018: Reglamenta los programas de reintegración laboral y educativa en Bogotá para poblaciones vulnerables, incluyendo mujeres y adolescentes en conflicto con la ley.
- Resolución 0236 de 2021: Establece el reglamento interno de la Cárcel Distrital de Bogotá, regulando las condiciones de funcionamiento y la implementación de programas integrales de resocialización.
- Resolución 003 de 2023: Reglamenta el Decreto 399 de 2022, promoviendo mecanismos específicos para la ejecución del Programa Empleo Incluyente desde la Secretaría de Desarrollo Económico.

5.4. Jurisprudencia

La Corte Constitucional ha emitido sentencias clave en esta materia. La sentencia T-762 de 2015 destaca la importancia de medidas diferenciadas para mujeres privadas de la libertad, mientras que la T-388 de 2013 exige la implementación de programas que respeten la dignidad y derechos humanos en contextos penitenciarios. Por otro lado, la sentencia C-297 de 2016 valida la obligación del Estado de promover estrategias de reintegración efectivas, especialmente para poblaciones vulnerables.

6. COMPETENCIA DEL CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.

El Concejo de Bogotá D.C. tiene la competencia para dictar normas relacionadas con la naturaleza y el alcance del presente Proyecto de Acuerdo, según las disposiciones constitucionales y legales vigentes. En primer lugar, el *artículo 313 de la Constitución Política de Colombia* establece que:

“ARTÍCULO 313. Corresponde a los Concejos:

1. Reglamentar las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del municipio [...].”

En segundo lugar, el *artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993 - Estatuto Orgánico de Bogotá -* estipula que:

“ARTÍCULO 12. Atribuciones. Corresponde al Concejo Distrital, de conformidad con la Constitución y a la ley:

1. Dictar las normas necesarias para garantizar el adecuado cumplimiento de las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del Distrito [...].”

7. IMPACTO FISCAL

La Ley 819 de 2003 “*Por la cual se dictan normas orgánicas en materia de presupuesto, responsabilidad y transparencia fiscal y se dictan otras disposiciones*” en su artículo 7 establece:

"Artículo 7°. Análisis del impacto fiscal de las normas. En todo momento, el impacto fiscal de cualquier proyecto de ley, ordenanza o acuerdo, que ordene gasto o que otorgue beneficios tributarios, deberá hacerse explícito y deberá ser compatible con el Marco Fiscal de Mediano Plazo.

Para estos propósitos, deberá incluirse expresamente en la exposición de motivos y en las ponencias de trámite respectivas los costos fiscales de la iniciativa y la fuente de ingreso adicional generada para el financiamiento de dicho costo"

En este sentido, esta iniciativa se alinea con diferentes políticas públicas, programas y proyectos ya existentes como:

- a. **Política Pública de Mujer y Equidad de Género:** Reglamentada por el *Acuerdo 676 de 2017*, busca promover la igualdad y atender las necesidades específicas de las mujeres, incluyendo acciones afirmativas para aquellas en situación de vulnerabilidad, como las pospenadas.
- b. **Programa Empleo Incluyente:** Establecido mediante el *Decreto 399 de 2022* y reglamentado por la *Resolución 003 de 2023* de la Secretaría de Desarrollo Económico, fomenta oportunidades laborales para personas de difícil empleabilidad, entre ellas mujeres pospenadas.
- c. **Reglamento de la Cárcel Distrital de Bogotá:** Bajo la *Resolución 0236 de 2021*, establece lineamientos para implementar programas de resocialización que incluyan formación técnica, apoyo psicológico y fortalecimiento de redes sociales para las personas privadas de la libertad.
- d. **Política Pública Distrital de Juventud 2019 - 2030:** Aunque no está específicamente enfocada en la población pospenada, esta política incluye medidas para adolescentes en conflicto con la ley penal dentro del Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes, proporcionando mecanismos de inclusión educativa y laboral. La generación de oportunidades de empleo para la ciudadanía juvenil es una de sus apuestas, cuyo tercer objetivo específico es: *“Aumentar las oportunidades de las juventudes para el empleo digno, el desarrollo de emprendimientos y de economías colaborativas, solidarias y populares a través del fortalecimiento de estrategias de inserción laboral, competencias socioocupacionales y empresariales, de forma que los y las jóvenes cuenten con las herramientas necesarias para decidir libremente sobre sus proyectos de vida”*¹⁴⁵ (subrayado fuera del texto original).

En consecuencia, este Proyecto de Acuerdo está alineado con las apuestas del Distrito Capital para la generación de oportunidades a mujeres privadas de la libertad, pospenadas y mujeres jóvenes del Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescente. Por consiguiente, no tendría un impacto fiscal por cuanto no genera la obligatoriedad de gastos, ni implica la apropiación de recursos adicionales a los sectores y entidades responsables de su implementación. Cordialmente,

JULIÁN DAVID RODRÍGUEZ SASTOQUE.

Concejal de Bogotá D.C.

Partido Alianza Verde.

¹⁴⁵ Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES). (2019). *Documento CONPES D.C. 08. Política Pública Distrital de Juventud 2019 - 2030*. Recuperado de: https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/conpes_08_sdis_ppj_pdf_final_23.01.2019.pdf

PROYECTO DE ACUERDO NO 009 DE 2025**PRIMER DEBATE**

“POR MEDIO DEL CUAL SE CREA LA ESTRATEGIA INTEGRAL DE «SEGUNDAS OPORTUNIDADES» PARA MUJERES PRIVADAS DE LA LIBERTAD, POSPENADAS Y MUJERES JÓVENES DEL SISTEMA DE RESPONSABILIDAD PENAL PARA ADOLESCENTES EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ.”

EL CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.

En ejercicio de las facultades que le confiere los numerales 1 y 9 del artículo 313 de la Constitución Política de Colombia y los numerales 1 y 7 del artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993

ACUERDA:

ARTÍCULO 1°. OBJETO. Crear una estrategia integral de segundas oportunidades que integre los programas distritales existentes y garantice la generación de espacios para el acceso a oportunidades educativas, laborales, de salud mental, de gestión menstrual y de participación en el Sistema Distrital de Cuidado, dirigido a mujeres privadas de la libertad, pospenadas y las mujeres jóvenes del Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes en la ciudad de Bogotá.

ARTÍCULO 2. OPORTUNIDADES PARA LA EDUCACIÓN. La Administración Distrital propenderá por garantizar el acceso a programas de formación educativa para las mujeres privadas de la libertad, pospenadas y mujeres jóvenes en el Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes, mediante la creación de convenios con instituciones educativas y centros de capacitación, de la siguiente manera:

- a. A las mujeres privadas de la libertad dentro de la Cárcel Distrital, se propenderá por garantizar las condiciones necesarias para que puedan culminar sus estudios de educación media con formación in situ o la modalidad que se disponga para ello.
- b. A las mujeres pospenadas y las mujeres jóvenes del Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes, se propenderá por garantizar el acceso a formación de educación media y/o educación posmedia a través de programas Distritales como Jóvenes a la E o el que haga sus veces y demás oferta distrital existente.

ARTÍCULO 3. OPORTUNIDADES PARA EL EMPLEO Y EL EMPRENDIMIENTO. La Administración Distrital garantizará el acceso a programas de formación para el empleo enfocados en competencias técnicas, habilidades blandas y cualquier otro que considere necesario, adaptados a las necesidades del mercado laboral, facilitando su colocación a través de la Agencia Distrital de empleo, así mismo se brindará apoyo a emprendimientos para mujeres privadas de la libertad y pospenadas, en articulación con programas y ofertas Distritales como Bogotá Incluyente o el que haga sus veces. Para ello la Administración podrá:

- a. Establecer alianzas con empresas y organizaciones para fomentar la contratación de mujeres pospenadas.
- a. Incluir a las mujeres pospenadas como una de las poblaciones diferenciales para el otorgamiento del “*Sello Bogotá Incluyente*”, con el porcentaje que determine la administración.
- b. Promocionar y apoyar a emprendimientos liderados por mujeres pospenadas y mujeres jóvenes del Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes, mediante la asesoría técnica, jurídica, financiera y vinculación a mercados a través de estrategias como el programa Hecho en Bogotá o el que haga sus veces.

ARTÍCULO 4. OPORTUNIDADES PARA EL CUIDADO Y EL BIENESTAR. La Administración Distrital garantizará que las mujeres privadas de la libertad, pospenadas y mujeres jóvenes en el Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes puedan acceder de manera diferencial a programas de bienestar que se encuentren vigentes, teniendo en cuenta los siguientes criterios, sin limitarse de manera exclusiva a estos:

- a. Divulgar y acompañar en la ruta de atención y acceso a los servicios ofrecidos por las Manzanas del Cuidado en la ciudad, teniendo en cuenta su lugar de residencia o el de su familia.
- b. Establecer una atención diferencial en el acceso a los servicios de Salud Mental del Distrito de acuerdo al cumplimiento del Plan de acción de la Política Pública Distrital de Salud Mental 2023-2032, integrando acceso a primera atención en consultas de psicología y espacios de formación en primeros auxilios psicológicos.
- c. Garantizar el acceso sostenible a productos de cuidado menstrual para mujeres que se encuentren privadas de la libertad en la Cárcel Distrital, asegurando su distribución de manera digna y sostenible, complementando con talleres de educación menstrual que promuevan prácticas sostenibles

ARTÍCULO N° 5. INFORMES. La Administración Distrital deberá presentar informes semestrales al Concejo de Bogotá sobre los avances, retos y resultados de la implementación de la Estrategia Integral de Segundas Oportunidades, así como el impacto de las políticas adoptadas en beneficio de las mujeres y adolescentes beneficiarias.

ARTÍCULO N° 6. VIGENCIA. El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

PROYECTO DE ACUERDO NO 010 DE 2025

PRIMER DEBATE

"POR MEDIO DEL CUAL SE CREA EL SISTEMA INTEGRAL DE ORIENTACIÓN VOCACIONAL Y PROFESIONAL EDUCATIVO EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ"

1. OBJETO DEL PROYECTO

ARTÍCULO 1. OBJETO. Crear el Sistema Integral de Orientación Vocacional y Profesional en las instituciones educativas oficiales del Distrito con el propósito de facilitar la toma de decisiones respecto al oficio que quiere desempeñar el estudiante, definir su carrera profesional y contar con un acompañamiento integral.

2. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Para elegir el camino profesional es importante tener claro el perfil ocupacional e identificar habilidades, rasgos de su personalidad, afinidades académicas, estilos de aprendizaje, aptitudes e intereses profesionales (Pérez, 2023)¹⁴⁶ que puedan encaminar a encontrar una mejor opción vocacional. Es importante resaltar estudios realizados en otros países respecto a la importancia de tener clara la orientación vocacional. De este modo se hará referencia a la Revista Mexicana de Orientación Educativa.

“Los jóvenes al momento de elegir su carrera profesional, suelen caer en la indecisión acerca de cuál será la dirección apropiada. Por ello es necesario que la Orientación vocacional posibilite al estudiante a interactuar con las características propias y las del horizonte profesional, por lo que el orientador tiene la responsabilidad no sólo de ubicar en un área específica al estudiante, sino de capacitarlo para que maneje con instrumentos eficientes, un mundo interno y profesional cada día más cambiante y complejo”.

Resulta clave observar también el cambio en las dinámicas de los adolescentes post-pandemia, las maneras de relacionamiento mediadas por el uso de plataformas digitales, su marcada tendencia a la impulsividad a causa del poco espacio de reflexión y análisis tras el exceso de información, que se ha convertido en parte de su cotidianidad. (Mateos; Urpi; 2024)

De tal manera, resulta relevante la apreciación que hacen Mateos y Urpi (2024):

“Las difíciles circunstancias vividas ante la pandemia han impuesto una adaptación forzosa al entorno VUCA (volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad) marcando un antes y un después en la vida de las personas. En este sentido, experimentar situaciones provocadas por una emergencia a nivel mundial como la pandemia por covid-19 puede impactar en la salud mental de los colectivos más vulnerables, entre los que se encuentran los jóvenes en edad adolescente, inmersos en una etapa repleta de cambios e incertidumbres que deben afrontar.”

¹⁴⁶ Dillon-Pérez, F., Rojas-Londoño, D., Lara-Ramos, E. y Freire-Muñoz, I. (2023). Orientación vocacional y profesional como alternativa en la elección de carreras universitarias. Revista Cátedra, 6(1), 78-91.

La pandemia también modificó la demanda de servicios de orientación vocacional, de acuerdo con un análisis de la compañía analista de reclutamiento y recursos humanos Psico_Smart, tras la pandemia “la demanda de habilidades digitales ha aumentado un 300% en diversas industrias”; igualmente este mismo análisis cita un estudio de LinkedIn que indica que el 92% de los empresarios consultados valoran más la habilidad de establecer relaciones interpersonales sanas; además también indican que las vacantes relacionadas con el manejo de Inteligencia Artificial crecieron en un 119%.¹⁴⁷

Es necesario contemplar estas características generacionales y de nueva demanda de los sectores productivos, puesto que el sistema propuesto, sus programas y estrategias, deben ir en concordancia con ellas, porque “No se trata solo de la elección vocacional, se trata también de enseñar a tomar decisiones para la vida y adquirir la experiencia que necesitan para ello” (Mateo; Urpi. 2024).¹⁴⁸

De esta manera, se hace necesario realizar un abordaje del concepto, desde la perspectiva teórica, que nos permita vislumbrar como su aplicación práctica se convierte en una valiosa herramienta para delinear el proyecto de vida.

2.1 Un acercamiento conceptual a la orientación vocacional y profesional.

Es relevante mencionar que la noción de Orientación se desarrolló en un principio en el restringido campo de lo vocacional, es decir, a una inclinación innata que guía el interés del individuo hacia determinadas actividades.

El concepto de Orientación ha evolucionado en respuesta a los cambios históricos y sociales. En sus inicios, hasta 1925, este término se vinculaba principalmente a las necesidades socioeconómicas de la época, buscando alinear las habilidades y características individuales con las exigencias de una profesión, con el propósito de optimizar el rendimiento laboral. (León, M. Rodríguez R, 2008).¹⁴⁹

El Dr. John D. Krumboltz, de la Universidad de Stanford, destacó en la conferencia inaugural del Congreso de la Association for Educational and Vocational Guidance (IAEVG) en Suiza la importancia de replantear los objetivos de la Orientación Vocacional en la actualidad. Subrayó, además, la necesidad de considerar los eventos fortuitos, las “casualidades” y las oportunidades que surgen en la vida de las personas. (León, M. Rodríguez R, 2008)

Asimismo, se ha trabajado en el desarrollo de la denominada Teoría de la Casualidad Planificada (Planned Happenstance Theory). Esta propuesta se presenta como una adaptación de la teoría del aprendizaje en la Orientación Vocacional que el autor introdujo en 1996, la cual amplía los conceptos de la Teoría del Aprendizaje Social aplicada a la Toma de Decisiones Vocacionales. Esta teoría sostiene que las personas nacen con características y predisposiciones únicas en un

¹⁴⁷ Psico-Smart. (s.f.). Cómo la pandemia ha modificado las preferencias de carrera y la importancia de la orientación vocacional. *Psico-Smart*. <https://psico-smart.com/articulos/articulo-como-la-pandemia-ha-modificado-las-preferencias-de-carrera-y-la-importancia-de-la-orientacion-vocacional-163188>

¹⁴⁸ Mateos, M. Urpi, C. (2024) La Generación Z en busca de identidad: la orientación vocacional en busca del bienestar adolescente. En Eiguren, A. Maitane, Dosil-Santamaría, M & Etxezarraga, L. Buen trato y bienestar de la infancia: una mirada participativa. (2024).

¹⁴⁹ León Mendoza, T. D., & Rodríguez Martínez, R. (2008). El efecto de la orientación vocacional en la elección de carrera. *Revista mexicana de orientación educativa*, 5(13), 10-16.

contexto temporal y espacial específico que ni siquiera sus padres pueden prever. Asimismo, crecen en un entorno donde ocurren múltiples eventos inesperados que ofrecen diversas oportunidades de aprendizaje, tanto positivas como negativas. Además, los individuos tienen la capacidad de provocar dichos eventos y aprovecharlos para potenciar su desarrollo y aprendizaje. (León, M. Rodríguez R, 2008)

El trabajo del orientador/a es facilitar el aprendizaje de destrezas, intereses, creencias, valores, hábitos de trabajo y cualidades personales que capacitan a cada persona (orientado, usuario, cliente, etc.) para crear una vida satisfactoria en un mundo laboral constantemente cambiante.”

La orientación vocacional y profesional es una actividad que a través de los años se ha vuelto muy importante en los diferentes procesos educativos que implica atender de manera colectiva el desarrollo integral del estudiante con el propósito no solo de mejorar sus conocimientos adquiridos durante varios años, sino además lograr que en la toma de decisiones responda a las necesidades visibles del país en términos de los profesionales que se necesitan para lograr un país conectado con los desarrollos del mundo.

La decisión vocacional que permite definir su carrera profesional, el compromiso en la consecución de esta para una participación y eficaz con la comunidad.

Tomando en cuenta las diferentes realidades presentes en una ciudad como Bogotá D.C., con dinámicas urbanas pero también con fuertes dinámicas en lo rural que además se organizan en veinte localidades, es claro que el interés de los estudiantes es poder ingresar a la universidad ya sea a corto o largo plazo, también es claro que los intereses de estudio pasa por otra serie de factores como el éxito del negocio familiar, también las presiones familiares o las carreras que den una rápida respuesta en lo económico entre otros (Apronte, 2011)¹⁵⁰

No obstante, en el documento, Revisión Sistemática: Criterios De Calidad En El Proyecto De Programas De Orientación Vocacional (García-Botero, et al. 2022)¹⁵¹ se apunta un criterio importante a tener en cuenta dentro del diseño de los programas de orientación vocacional y es que su desarrollo no debe apegarse únicamente al final de la secundaria. “...*el ideal desde la perspectiva de los autores implica que la orientación vocacional sea un proceso a largo plazo, que comprenda todas las dimensiones del desarrollo, promoviendo factores de protección para establecer un proyecto de vida y asumir las responsabilidades y conflictos que emerjan ante el desempeño ocupacional*” (García-Botero, et al. 2022).

Entonces necesario el diseño de un plan de servicios en Orientación Vocacional para estudiantes de colegios públicos de la ciudad la ciudad de Bogotá, que permita un trabajo en red entre los mismos colegios, las entidades anexos a los mismos y otras entidades públicas de carácter distrital y nacional que permitan visibilizar la oferta y procesos exitosos que fortalezcan ese derecho de todo estudiante para dirigir sus necesidades, un trato integral y un plan de escucha efectiva, asesoría y acompañamiento a los estudiantes desde octavo grado.

El diseño de un plan de servicios de Orientación Vocacional es fundamental para el logro del éxito de los estudiantes que están en transición de la educación media a la educación técnica y tecnológica del país, se convierte entonces en una

¹⁵⁰ Julieth Andrea Apronte Vargas (2012). Diagnóstico y Propuesta de Diseño de Programas de Orientación Vocacional y Profesional en los Colegios de Bogotá., Universidad de los Andes.

¹⁵¹ García-Botero, L. Álvarez-Maestre, A. Pérez-Fuentes, C. Cabral, C. Aguilar-Barreto, A. (2022). Revisión sistemática: criterios de calidad en el proyecto de programas de orientación vocacional. En Psicología Escolar y Educacional. 26.

herramienta importante de asesoramiento, como un camino posible para el mecanismo de autorreconocimiento de sus competencias psico-afectivas y cognitivas.

2.2 Las múltiples dimensiones del ser y las necesidades de su entorno.

El ser humano es concebido como un todo, con dimensiones interrelacionadas entre sí y con el ambiente del cual hace parte, que no solo influye al individuo, sino que se ve influido por este. Al respecto el psicólogo Bronfenbrenner, hacia 1979, plantea que no se puede comprender al sujeto fuera de sus ambientes naturales, que son los que influyen de manera primordial sobre su conducta. Si bien esta postura no es en sí misma nueva para la psicología, el aporte fundamental de Bronfenbrenner radica en su visión del desarrollo humano como una “progresiva”, por eso es de gran importancia de vincular en los proyectos un tema que nos compete a todas las personas y es hablar de los enfoques de género y diferencial a la hora de elegir un perfil profesional y ocupacional (Castro, Machuca, 2023).¹⁵²

El problema de la deserción escolar en los primeros semestres de la educación superior se ve agravado por la persistencia de relaciones de género desiguales y patriarcales. De acuerdo con Chamorro (2017)¹⁵³, persisten imaginarios que generan tratos diferenciados basados en el género, los cuales se reflejan en las dinámicas sociales, académicas y físicas. En este contexto, los valores masculinos siguen siendo los únicos considerados universales. Esto evidencia que las instituciones educativas continúan reproduciendo desigualdades en sus prácticas sociales.

Estas desigualdades también se manifiestan en el ámbito laboral. En Colombia, las mujeres suelen recibir menores ingresos que los hombres. Aunque las políticas públicas recientes han promovido una mayor inclusión y nuevas oportunidades laborales para las mujeres, aún persisten estereotipos sobre los roles y las profesiones que se consideran “propias” de ellas. Como señala Chamorro (2017), citando a Eccles, incluso cuando las mujeres tienen las habilidades y la posibilidad de elegir carreras prestigiosas y bien remuneradas, muchas optan por roles tradicionales relacionados con el hogar y el cuidado familiar. Esto demuestra que, aunque las mujeres accedan a la educación, los roles tradicionales impuestos por la sociedad continúan influyendo en sus decisiones.

Por ello, es esencial que las instituciones educativas desarrollen proyectos de orientación que consideren las particularidades de cada contexto académico, social y las políticas públicas, fomentando la igualdad y desafiando estos estereotipos de género.¹⁵⁴

Enfoque diferencial para reducir las brechas

Cabe resaltar la importancia de sensibilizar y formar a los estudiantes con construcciones sociales con enfoques diferenciales, pero sobre todo con ver el espectro universitario y laboral de manera inclusiva, la educación es un derecho que debe ser garantizada para todas las poblaciones, sin embargo se siguen evidenciando barreras de acceso. Por esta razón con el programa de orientación vocacional también se busca erradicar esas tantas circunstancias sociales a las cuales

¹⁵² Castro-Martínez, J. A., & Machuca-Téllez, G. (2023). La deserción universitaria en América Latina: una perspectiva ecológica. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 49(2), 87-108.


¹⁵³ Chamorro Salas, M. (2017). Género y orientación vocacional. Sistematización de experiencia docente en el IED Lorencita Villegas de Santos.

¹⁵⁴ Chamorro Salas, M. (2017). Género y orientación vocacional. Sistematización de experiencia docente en el IED Lorencita Villegas de Santos. <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/e851ee5a-1c48-4860-a34a-074a4db3bc25/content>

día tras día se deben enfrentar las mujeres, la población LGTBIQ+ , personas en condición de discapacidad, comunidades negras o afrocolombianas, palenqueras, raizales, pueblos y comunidades indígenas, comunidad Rom o gitana, teniendo como modelo lecciones aprendidas y buenas prácticas incluyentes en educación y la inmersión laboral. Todo esto con el fin de la participación plena de todas las poblaciones sin sectorizar y así generar procesos de orientación vocacional y profesional con éxito.

Los Proyectos Educativos Institucionales trabajan dentro de las perspectivas de construcción de proyectos de vida y en la promoción de los estudiantes como individuos participativos en el contexto socio-cultural. Otras acciones transversales deben generar compromisos en diferentes áreas y actores de la comunidad educativa.

3. RELACIÓN DE LA INICIATIVA CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

<p>Este proyecto de acuerdo apunta en su desarrollo al logro de dos de las metas del ODS 4:</p> <p>4.3 De aquí a 2030, asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria</p> <p>4.4 De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.</p> <p>La elección de un camino de desarrollo profesional, implica la inversión de recursos personales y económicos específicos, que se ponen en riesgo ante una posible deserción. Así lo apuntan Rodríguez-Muñiz et al, 2019, (citado en De la Hoz, et al, 2019) “la elección errónea de un determinado grado universitario, puede llevar a dos tipos de consecuencias. La primera y más negativa, sería el abandono de los estudios universitarios. Mientras que la segunda, consistiría en volver a plantearse el estudio de otra carrera universitaria, lo que supondría un desfase temporal respecto a los compañeros que acertaron con su decisión”.</p> <p>Ante este escenario de frustración, el factor deserción por una elección errónea de la carrera universitaria, puede convertirse en obstáculo para el acceso a una formación de calidad, dado que para muchos jóvenes no hay espacio para una segunda elección. En consecuencia, se ve reducida su oportunidad de aumentar sus competencias para el acceso al empleo formal y bien remunerado. De tal manera, la propuesta de un Sistema de Orientación Vocacional, apunta a mitigar el riesgo de deserción y así aportar al logro de las metas descritas.</p>	
--	---

Tal como se anotó en la exposición de motivos, la orientación vocacional reduce la tasa de deserción que trae consigo no solo el abandono de los estudios profesionales, si no riesgos asociados que afectan el acceso a un empleo formal y a una situación económica favorable para el individuo. “El fenómeno de la deserción universitaria ocasiona perjuicios significativos, donde el individuo asume deudas que no podrá pagar posteriormente, o se frustra por la obstaculización de su proyecto de vida” (Pérez-Fuentes et all., 2005).

De tal manera que una orientación vocacional de calidad apunta al logro del Objetivo de Desarrollo Sostenible número 8, meta 8.5. “De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor”.

Trabajo Decente y crecimiento económico, definidos ambos por la ONU como “oportunidades para todos de conseguir un trabajo que sea productivo y proporcione unos ingresos dignos, seguridad en el lugar de trabajo y protección social para las familias, así como mejores perspectivas de desarrollo personal e integración social. La continua falta de oportunidades de trabajo decente, la insuficiente inversión y el bajo consumo producen una erosión del contrato social básico subyacente en las sociedades democráticas: el derecho de todos a compartir el progreso”.

Incluso, dentro de las estrategias definidas para alcanzar este objetivo, la ONU contempla “ajustar la formación de los jóvenes al mercado laboral”, que es justo uno de los aspectos que la orientación vocacional indica debe incluirse como factor de decisión de un camino de desarrollo profesional personal en los jóvenes.

Al incluir un enfoque diferencial en el diseño y desarrollo de un Plan de Orientación Vocacional, se apunta a identificar y determinar acciones que apunten al logro de dos metas específicas del ODS 10:

10.2 “De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición”. Se propone que el sistema de orientación vocacional observe las diferentes dimensiones humanas y sociales de los individuos, con un enfoque diferencial, que permita a los agentes orientadores ayudarles a identificar no solo su vocación, si no estrategias que puedan conducirlos a desarrollarla, teniendo en cuenta la oferta diferenciada a la que pueden acceder, en caso de pertenecer a una población diferencial. Igualmente, ya que

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



hablamos de un sistema, una de sus partes puede ayudar a identificar obstáculos desatendidos en un grupo poblacional específico, emitir alertas y orientar a la institucionalidad en soluciones que permitan superarlos y así nivelar el escenario de acceso a las oportunidades de desarrollo personal, académico y profesional para el logro de su proyecto de vida.

10.3 “Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto”. El conocimiento del propio ser, de sus características y potencialidades personales y el entorno que lo rodea, no está sujeto a una habilidad natural, tal como vimos en la exposición de motivos. Requiere orientación específica y el no acceso a ella puede afectar las condiciones de desarrollo personal y profesional de los individuos, de tal manera que adoptar un sistema de orientación vocacional al que puedan acceder todos los estudiantes de colegios públicos y que observe el enfoque diferencial, puede aportar a nivelar este acceso desigual.

4. RELACIÓN DE LA INICIATIVA CON EL PLAN DISTRITAL DE DESARROLLO 2024 - 2027 “BOGOTÁ CAMINA SEGURA”

El Objetivo Estratégico Bogotá Confía en su Bien-Estar, plantea en su descripción que “Bogotá debe ser un lugar donde sus habitantes quieran estar y desarrollar todo su potencial” y posteriormente propone lineamientos que guían acciones tendientes a luchar, entre otras, contra la exclusión y la pobreza. Acciones que se enmarcan en nueve programas, en el que se incluye el denominado “Bogotá Cuida a su Gente”, que propone en su meta 120, “Implementar en el 100 % de colegios oficiales un programa de bienestar escolar integral de acuerdo con criterios de focalización definidos”. La orientación vocacional puede y debe estar incluida en este modelo de bienestar, dado que como hemos visto en la exposición de motivos, los jóvenes necesitan herramientas para enfrentar la etapa de elección de su oficio y “ante una deficiente orientación vocacional se aumentan los factores de riesgo, con probabilidades de afectación para la salud mental, socioemocional y física (Santana Vega, Feliciano Garcia, & Santana Lorenza, 2013. Citado en García-Botero, et al 2022.)¹⁵⁵

Igualmente, en el objetivo estratégico Bogotá Confía en Su Potencial, el PDD define que “Bogotá debe consolidarse como una ciudad del conocimiento, educada y competitiva”, para el logro de este horizonte determina, en su programa Atención Integral a la Primera Infancia y Educación como Eje del Potencial Humano, la meta 178: “Realizar 20 investigaciones que aporten al cierre de brechas educativas desde diferentes perspectivas epistémicas y metodológicas que incluyan investigaciones aplicadas en el marco de una educación de calidad que fortalece los aprendizajes”. Alguna de estas investigaciones puede y debe orientarse en materia vocacional en las instituciones de educación distritales, de manera que la nueva producción de conocimiento permite identificar alertas, riesgos, nuevas tendencias y otros fenómenos que al ser descritos y caracterizados pueden ser abordados desde la institucionalidad con soluciones que buscan brindar nuevas competencias que permitan a los estudiantes definir su futuro profesional en un escenario de mayor igualdad.

¹⁵⁵ García-Botero, L. Álvarez-Maestre, A. Pérez-Fuentes, C. Cabral, C. Aguilar-Barreto, A. (2022). Revisión sistemática: criterios de calidad en el proyecto de programas de orientación vocacional. En Psicología Escolar y Educativa. 26.

En el mismo programa y objetivo estratégico se enmarca la meta 180: “Aumentar en 1.500 la oferta de cupos en programas altamente demandados y pertinentes que respondan a las expectativas y proyectos de vida de las y los bogotanos en el marco de su autonomía universitaria”. Tal como se observó en la exposición de motivos, la orientación vocacional observa también factores de demanda y transformación del mercado laboral y profesional, las nuevas exigencias y habilidades de adaptación a ellas.

5. SUSTENTO JURÍDICO

5.1. Tratados internacionales

5.1.1. Pacto Internacional de Derechos Económicos Sociales y Culturales (PIDESC)

Artículo 13.

1. Los Estados Partes en el presente Pacto reconocen el derecho de toda persona a la educación. Convienen en que la educación debe orientarse hacia el pleno desarrollo de la personalidad humana y del sentido de su dignidad, y debe fortalecer el respeto por los derechos humanos y las libertades fundamentales. Convienen asimismo en que la educación debe capacitar a todas las personas para participar efectivamente en una sociedad libre, favorecer la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las naciones y entre todos los grupos raciales, étnicos o religiosos, y promover las actividades de las Naciones Unidas en pro del mantenimiento de la paz.

2. Los Estados Partes en el presente Pacto reconocen que, con objeto de lograr el pleno ejercicio de este derecho:

(...)

c) La enseñanza superior debe hacerse igualmente accesible a todos, sobre la base de la capacidad de cada uno, por cuantos medios sean apropiados, y en particular por la implantación progresiva de la enseñanza gratuita;

(...)

5.1.2. Convención Americana de Derechos Humanos

Artículo 26. Desarrollo Progresivo

Los Estados Partes se comprometen a adoptar providencias, tanto a nivel interno como mediante la cooperación internacional, especialmente económica y técnica, para lograr progresivamente la plena efectividad de los derechos que se derivan de las normas económicas, sociales y sobre educación, ciencia y cultura, contenidas en la Carta de la Organización de los Estados Americanos, reformada por el Protocolo de Buenos Aires, en la medida de los recursos disponibles, por vía legislativa u otros medios apropiados.

5.2. Constitución Política De Colombia

ARTÍCULO 67. La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. La educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente. El Estado, la sociedad y la familia son responsables de la educación, que será obligatoria entre los cinco y los quince años de edad y que comprenderá como mínimo, un año de preescolar y nueve de educación básica. La educación será gratuita en las instituciones del Estado, sin perjuicio del cobro de derechos académicos a quienes puedan sufragarlos. Corresponde al Estado regular y ejercer la suprema inspección y vigilancia de la educación con el fin de velar por su calidad, por el cumplimiento de sus fines y por la mejor formación moral, intelectual y física de los educandos; garantizar el adecuado cubrimiento del servicio y asegurar a los menores las condiciones necesarias para su acceso y permanencia en el sistema educativo. La Nación y las entidades territoriales participarán en la dirección, financiación y administración de los servicios educativos estatales, en los términos que señalen la Constitución y la ley.

ARTICULO 44. Son derechos fundamentales de los niños: la vida, la integridad física, la salud y la seguridad social, la alimentación equilibrada, su nombre y nacionalidad, tener una familia y no ser separados de ella, el cuidado y amor, la educación y la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión. Serán protegidos contra toda forma de abandono, violencia física o moral, secuestro, venta, abuso sexual, explotación laboral o económica y trabajos riesgosos. Gozarán también de los demás derechos consagrados en la Constitución, en las leyes y en los tratados internacionales ratificados por Colombia.

La familia, la sociedad y el Estado tienen la obligación de asistir y proteger al niño para garantizar su desarrollo armónico e integral y el ejercicio pleno de sus derechos. Cualquier persona puede exigir de la autoridad competente su cumplimiento y la sanción de los infractores.

Los derechos de los niños prevalecen sobre los derechos de los demás.

ARTICULO 45. El adolescente tiene derecho a la protección y a la formación integral.

El Estado y la sociedad garantizan la participación activa de los jóvenes en los organismos públicos y privados que tengan a cargo la protección, educación y progreso de la juventud.

ARTICULO 46. El Estado, la sociedad y la familia concurrirán para la protección y la asistencia de las personas de la tercera edad y promoverán su integración a la vida activa y comunitaria.

El Estado les garantizará los servicios de la seguridad social integral y el subsidio alimentario en caso de indigencia.

5.3. Leyes

Ley 115 de 1994 “Por la cual se expide la Ley General de Educación”

ARTÍCULO 2º.- Servicio Educativo. El servicio educativo comprende el conjunto de normas jurídicas, los programas curriculares, la educación por niveles y grados, la educación no formal, la educación informal, los establecimientos educativos, las instituciones sociales (estatales o privadas) con funciones educativas, culturales y recreativas, los recursos humanos, tecnológicos, metodológicos, materiales, administrativos y financieros, articulados en procesos y estructuras para alcanzar los objetivos de la educación.

ARTÍCULO 4º.- Calidad y cubrimiento del servicio. Corresponde al Estado, a la sociedad y a la familia velar por la calidad de la educación y promover el acceso al servicio público educativo, y es responsabilidad de la Nación y de las entidades territoriales, garantizar su cubrimiento.

ARTÍCULO 5º.- Fines de la educación. De conformidad con el artículo 67 de la Constitución Política, la educación se desarrollará atendiendo a los siguientes fines:

1. El pleno desarrollo de la personalidad sin más limitaciones que las que le imponen los derechos de los demás y el orden jurídico, dentro de un proceso de formación integral, física, psíquica, intelectual, moral, espiritual, social, afectiva, ética, cívica y demás valores humanos.

5.4. Jurisprudencia**Sentencia T – 779 de 2011**

“La educación vista como derecho fundamental y como servicio público, ha sido reconocida por la doctrina nacional e internacional como un derecho de contenido prestacional que comprende cuatro dimensiones: a) disponibilidad del servicio, que consiste en la obligación del Estado de proporcionar el número de instituciones educativas suficientes para todos los que soliciten el servicio; b) la accesibilidad, que consiste en la obligación que tiene que el Estado de garantizar que en condiciones de igualdad, todas las personas puedan acceder al sistema educativo, lo cual está correlacionado con la facilidad, desde el punto de vista económico y geográfico para acceder al servicio, y con la eliminación de toda discriminación al respecto; c) adaptabilidad, que consiste en el hecho de que la educación debe adecuarse a las necesidades de los demandantes del servicio, y, que se garantice la continuidad en su prestación, y, d) aceptabilidad, que hace referencia a la calidad de la educación que debe brindarse.”

Sentencia C – 535 de 2017

“La educación es un instrumento para el desarrollo humano y social a través del cual se adquieren “las herramientas necesarias para el desenvolvimiento en el medio cultural en que se habita”. Aproxima a las personas al estado de las discusiones en el campo del conocimiento, la ciencia, la técnica y difunde los demás bienes de la cultura que le permiten al individuo interactuar y aportar a la colectividad de la que es parte. Esta Corporación ha resaltado en varias oportunidades que la educación no solo impulsa los valores sociales relacionados con la cultura, el desarrollo y el conocimiento, sino que también busca la concreción de metas personales que apuntan a la realización de cada

ser humano y a “potenciar el ejercicio de otros derechos como la igualdad de oportunidades, el trabajo, los derechos de participación política, la seguridad social y el mínimo vital, por mencionar solo algunos”.

5.5. Antecedentes de la iniciativa normativa en el Concejo de Bogotá.

El Proyecto de Acuerdo 046 de 2011 y el Proyecto de Acuerdo 130 de 2011, “Por medio de la cual se crea el Sistema de de Orientación Vocacional y Profesional a Estudiantes del Distrito Capital - SIOV”, cuyo objetivo principal era estructurar un sistema integral de orientación que permita suministrar a los estudiantes que egresan o están por egresar de la educación media, las herramientas necesarias para tomar la decisión más acertada frente a su futuro educativo y laboral, fue radicado en el concejo de Bogotá por iniciativa de los concejales Felipe Rios, Darío Cepeda, Carlos Fernán Galán, Henry Castro, Julio Acosta, Fernando López y Carlos Ferreira este proyecto obtuvo ponencia negativa.

6. COMPETENCIA DEL CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.

El Concejo de Bogotá D.C. tiene la competencia para dictar normas relacionadas con la naturaleza y el alcance del presente Proyecto de Acuerdo, según las disposiciones constitucionales y legales vigentes. En primer lugar, el artículo 313 de la Constitución Política de Colombia establece que:

“ARTÍCULO 313. Corresponde a los Concejos:

1. Reglamentar las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del municipio [...]”.

En segundo lugar, el artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993 - Estatuto Orgánico de Bogotá - estipula que:

“ARTÍCULO 12. Atribuciones. Corresponde al Concejo Distrital, de conformidad con la Constitución y a la ley:

1. Dictar las normas necesarias para garantizar el adecuado cumplimiento de las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del Distrito [...]”.

Aunado a lo anterior, de conformidad con el artículo 13 del Decreto Ley 1421 de 1993, la materia del Proyecto de Acuerdo no es de iniciativa privativa del Alcalde Mayor de Bogotá D.C. Por tanto, en mi calidad de Concejale de Bogotá D.C. tengo competencia para su radicación. Como también la Corporación para su trámite y discusión.

7. IMPACTO FISCAL

De conformidad con el Artículo 7 de la Ley 819 de 2003, los gastos que genere la presente iniciativa se entenderán incluidos en los presupuestos y en el Plan Operativo Anual de Inversión de las entidades competentes. Por tal motivo no habrá lugar a la modificación del marco fiscal de mediano plazo o la creación de una fuente adicional de financiación.

Asimismo, el proyecto es congruente con el documento CONPES 173 de 2014, que establece “*lineamientos para la generación de oportunidades para los jóvenes*”.

Adicionalmente el proyecto es congruente con la meta estratégica N° 120 del Plan Distrital de Desarrollo: *“Implementar en el 100 % de colegios oficiales un programa de bienestar escolar integral de acuerdo con criterios de focalización definidos”*.

En consecuencia, al estar en línea con las apuestas y las inversiones enmarcadas en el Plan Distrital de Desarrollo esta iniciativa **no tendría un impacto fiscal por cuanto no implica la apropiación de recursos adicionales a los sectores y entidades responsables de su implementación.**

Cordialmente,

JULIÁN DAVID RODRÍGUEZ SASTOQUE.

Concejal de Bogotá D.C.

Partido Alianza Verde.

PROYECTO DE ACUERDO NO 010 DE 2025**PRIMER DEBATE****"POR MEDIO DEL CUAL SE CREA EL SISTEMA INTEGRAL DE ORIENTACIÓN VOCACIONAL Y PROFESIONAL EDUCATIVO EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ Y SE DEROGA EL ACUERDO 411 DE 2009"****EL CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C."**

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las que le confieren el artículo 8 y el numeral 1° del artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993,

ACUERDA:

ARTÍCULO 1°. OBJETO. El objeto del presente Acuerdo es diseñar e implementar el sistema integral de orientación vocacional y profesional en las instituciones educativas oficiales del Distrito con el propósito de facilitar la toma de decisiones respecto al oficio que quiere desempeñar el estudiante, definir su carrera profesional y contar con un acompañamiento integral que le permita conocer las alternativas para desarrollar su proyecto de vida.

ARTÍCULO 2°. ALCANCE La Secretaría de Educación del Bogotá garantizará que los estudiantes de grados octavo, noveno, décimo y undécimo de colegios públicos distritales accedan al servicio de orientación vocacional y profesional, así como a información oportuna sobre la oferta educativa, de educación superior, formación para el trabajo y el emprendimiento.

ARTÍCULO 3°. ORIENTACIÓN PSICOSOCIAL. Dentro de los componentes del sistema debe incluirse un instrumento que oriente la elección del camino profesional de los estudiantes de último año de secundaria de las instituciones educativas públicas del orden distrital. Esta herramienta tipo test debe integrar los siguientes criterios:

- a. Criterios de personalidad y habilidades de relacionamiento interpersonal.
- b. Criterios de afinidad vocacional.
- c. Criterios de competencias digitales, básicas, técnicas y de liderazgo.
- d. Criterios de caracterización socioeconómica.
- e. Criterios de resolución de conflictos.

ARTÍCULO 4°. OFERTAS Y FINANCIACIÓN. La Secretaria de Educación de Bogotá realizará las alianzas necesarias para promover la oferta educativa disponible, priorizando las ofertadas por las Universidades Públicas y los programas de acceso a educación superior como Jóvenes a la E o el que haga sus veces, además, dispondrá de canales de información para dar a conocer las alternativas de financiamiento y herramientas de educación financiera que ayudan a los estudiantes y sus familias a tomar decisiones financieras informadas.

Parágrafo 1. La Secretaría de Educación de Bogotá y la Agencia Distrital para la Educación Superior, la Ciencia y la Tecnología ATENEA, centralizarán y actualizarán la información y elaborarán un catálogo, físico y digital, sobre los

programas vigentes de becas en Bogotá, Colombia y de otros países a los que puedan acceder los estudiantes de colegios públicos del Distrito Capital con el fin de evitar la pérdida de becas o programas de financiamiento.

Parágrafo 2. La Secretaría de Educación de Bogotá y la Agencia Distrital para la Educación Superior, la Ciencia y la Tecnología ATENEA, buscarán articularse con entidades del Orden Departamental y Nacional para divulgar conjuntamente la oferta disponible en materia de educación superior, habilidades para el trabajo y/o enseñanza de idiomas.

ARTÍCULO 5°. PREPARACIÓN PARA LAS PRUEBAS DE ESTADO La Administración Distrital, en cabeza de la Secretaría de Educación de Bogotá y la Agencia Distrital para la Educación Superior, la Ciencia y la Tecnología ATENEA, evaluará las alternativas para brindar permanentemente un curso gratuito, presencial o virtual, de preparación para las pruebas saber 11, o las que haga sus veces, las cuales son tomadas como criterio de acceso a programas de educación superior en algunas universidades públicas.

ARTÍCULO 6°. RELACIONAMIENTO. La Administración Distrital, a través de las entidades competentes, implementará una estrategia educativa que conecte: docentes, egresados destacados de colegios públicos, egresados destacados de educación técnica, tecnológica y profesional que actúen como referentes para las comunidades educativas con la finalidad de compartir experiencias, estrategias educativas y ampliando la red de contactos para que los estudiantes puedan tomar decisiones informadas.

ARTÍCULO 7°. ENFOQUE DIFERENCIAL El sistema integral de orientación vocacional en el sistema educativo oficial de Bogotá y los servicios que de él se deriven deben atender a los enfoques diferenciales de los que trata el artículo 6 del Acuerdo Distrital 761 de 2020 o el que haga sus veces, especialmente el enfoque de género garantizando que el servicio de orientación vocacional y profesional no reproduzca estereotipos de género.

ARTÍCULO 8°. ARTICULACIÓN. La Administración Distrital llevará a cabo las gestiones necesarias para articular las disposiciones del presente Acuerdo con los registros, las políticas públicas y demás acciones que implementen entidades públicas del orden distrital y nacional frente a la orientación vocacional y profesional, procurando así evitar la duplicidad de esfuerzos y propiciando la coordinación en todos los niveles del Estado.

ARTÍCULO 9°. REGLAMENTACIÓN E IMPLEMENTACIÓN. La Administración Distrital contará con un plazo máximo de seis (6) meses contados a partir de la entrada en vigencia del presente Acuerdo para reglamentar e iniciar su implementación.

ARTÍCULO 10°. VIGENCIA. El presente Acuerdo rige a partir de su publicación y deroga el Acuerdo 411 de 2009.

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE