



Asociación Mexicana de
Distribuidores de Automotores A.C.

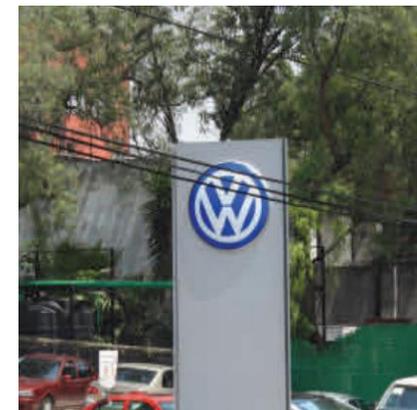


LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR PARA LA CIUDAD DE MÉXICO

DE ACUERDO AL ARTÍCULO 14 DE LA PRESENTE LEY, LOS MEDIOS PUBLICITARIOS PERMITIDOS

Medio Publicitario Denominativo: Contiene el nombre, denominación comercial o logotipo con el que se identifica una persona física o moral, una edificación y una actividad, colocados en fachadas de los inmuebles o en toldos sobre los vanos de éstas, puede ser integrado, adosado, letras separadas en bajo y alto relieve, pintado o adherido. En el Centro Histórico de la Ciudad de México y otras Zonas de Monumentos Históricos, así como en las Áreas de Conservación Patrimonial, se deberán respetar tamaños, ubicación, dimensiones, colores y materiales permitidos, en estricto apego a la normativa establecidas por la Secretaría, en concurrencia con lo establecido por la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, con el Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura;

III. Medio publicitario denominativo masivo: medio publicitario denominativo que requiere instalarse en más de cinco ocasiones con características idénticas; *fracción reformada 6 junio 2022*





IV. Medio publicitario denominativo adosado: medio publicitario que se sujeta a una fachada, muro, baranda o barandilla a través de medios y técnicas definidas en el Reglamento;

VI. Medio publicitario denominativo mixto: contiene elementos de un medio publicitario denominativo en combinación con medios publicitarios en vallas, banderines y gallardetes u otro elemento determinado en el Reglamento;

XIV. Medio publicitario en valla: cartelera situada en lotes baldíos, estacionamientos públicos y obra en proceso, con fines publicitarios, de conformidad con lo dispuesto por esta Ley y su Reglamento;



Adosados a la fachada



Integrado a la fachada



Gallardete



XII. Medio publicitario en equipamiento auxiliar de transporte: anuncio instalado en los accesorios directos e indirectos que resulten complementarios a la prestación del servicio de transporte de pasajeros y de carga, que sean susceptibles de autorización para su ubicación y características por parte de la SEMOVI;



Mueble para préstamo de bicicletas





VIII. Medio publicitario digital o electrónico: aquellos a través de los cuales se transmiten mensajes mediante un sistema luminoso; *fracción reformada 6 junio 2022*



En pantallas electrónicas

IX. Medio publicitario de tótem: anuncio denominativo o informativo en una cimentación rectangular o cilíndrica; *fracción adicionada 6 junio 2022*



DE ACUERDO AL ARTÍCULO 15 DE LA PRESENTE LEY LOS MEDIOS PUBLICITARIOS PROHIBIDOS SON:

I. Instalados en las azoteas



II. Autosoportados





VII. Envolventes, instalados, adheridos o pintados en elementos arquitectónicos de las edificaciones, tales como, ventanas, ventanales, muros ciegos no colindantes, fachadas y puertas, que afecten la imagen arquitectónica o impidan, parcial o totalmente, el libre paso de las personas, la iluminación, visibilidad o la ventilación natural al interior. (...)

fracción reformada 6 junio 2022

XIV. Adheridos a vidrios, escaparates o ventanales de los establecimientos mercantiles, cuando éstos obstruyan la accesibilidad, visibilidad, iluminación, ventilación y/o seguridad, de conformidad con lo previsto en el Reglamento, excepto aquellos a que se hace alusión en el segundo párrafo del artículo 38 de esta Ley;

fracción reformada 6 junio 2022





SANCIONES APLICABLES AL SECTOR AUTOMOTRIZ:

Artículo 75. Las verificaciones e imposición de medidas cautelares y de seguridad, así como las sanciones por la comisión de infracciones a la presente Ley corresponderán al Instituto y a las Alcaldías en los términos siguientes:

- I. A las **Alcaldías** corresponderá, en el ámbito de su respectiva competencia, lo referente a los medios publicitarios considerados como anuncios conforme a lo definido en la presente Ley; *fracción reformada 6 junio 2022*
- II. Al **Instituto**, lo referente a todos los medios publicitarios, con excepción de los considerados anuncios conforme a lo definido en la presente Ley;
- III. A los **Juzgados Cívicos** corresponde la imposición de arrestos administrativos, de conformidad con la Ley de Cultura Cívica de la Ciudad de México y demás ordenamientos que resulten aplicables, y
- IV. A la **Secretaría de Seguridad Ciudadana** de la Ciudad de México la remisión de los presuntos infractores y de vehículos al depósito, en los casos a los que se refiere esta Ley.

Artículo 77. Independientemente de las sanciones de carácter civil, serán solidariamente responsables del pago de las multas y de los gastos causados por el retiro de medios publicitarios que ordene la autoridad, quienes hayan intervenido en la instalación de estos. Se presume, salvo prueba en contrario, que han intervenido en la instalación de los medios publicitarios:

- I. El publicista;
- II. El responsable del inmueble o mueble en el que se instaló, y
- III. El anunciante, titular de la marca o producto o cualquier persona física o moral que intervenga en la comercialización de los espacios publicitarios, en los términos establecidos en esta Ley.

(...)





Artículo 81. En los supuestos en que se determine el retiro de medios publicitarios como medida cautelar y de seguridad o en su caso como sanción, las personas responsables estarán obligadas a llevar a cabo dicho retiro total o parcial, en caso de no realizarlo, la autoridad competente lo podrá ejecutar a costa del responsable. En caso de que la autoridad de la Administración Pública de la Ciudad de México lleve a cabo el retiro parcial o total de los medios publicitarios, por haber sido imposición como medida cautelar y de seguridad o sanción, los gastos que se generen serán determinados como créditos fiscales a cargo de las personas infractoras y su cobro se realizará a través del procedimiento administrativo de ejecución, en términos del Código Fiscal de la Ciudad de México. Los restos del medio publicitario deberán ser reclamados por las personas interesadas dentro de los 30 días hábiles siguientes al retiro, los cuales serán entregados por la autoridad, previo pago del costo del retiro y del almacenaje, de conformidad con el Código Fiscal de la Ciudad de México. De no ser así, la autoridad ejecutora determinará su destino final, el cual podrá consistir en:

- I. Destrucción;
- II. Venta o remate;
- III. Donación a instituciones públicas con fines de interés social, y
- IV. Cualquier otro que sea en beneficio del interés social.

Lo anterior, sin perjuicio de las determinaciones que se dicten con motivo de la calificación de las actas de visita de verificación administrativa o en las resoluciones administrativas correspondientes. Las especificaciones relacionadas con la determinación del destino final, se detallarán en el Reglamento.

artículo adicionado 6 junio 2022





Artículo 83. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, al titular de un Permiso Administrativo Temporal Revocable, Licencia o Autorización temporal cuando las características del medio publicitario instalado no correspondan a las previstas en los mismos. Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro del medio publicitario a su costa. En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión y el retiro del medio publicitario a su costa. (...)

artículo reformado 6 junio 2022

Artículo 85. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, arresto administrativo inmutable de 24 a 36 horas y el retiro del medio publicitario a su costa, a la persona física o moral que sin contar con la Autorización o Licencia correspondiente, ejecute o coadyuve en la instalación de pendones o gallardetes en un inmueble público o privado, puente vehicular o peatonal, paso a desnivel, bajo-puente, muro de contención, talud, poste, semáforo, o en cualquier otro elemento de la infraestructura urbana. Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión, arresto administrativo inmutable de 24 a 36 horas y el retiro de los medios publicitarios a su costa. En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión y el retiro a su costa del medio publicitario. El Instituto o en su caso la Alcaldía correspondiente, presentará, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querrela por la comisión del delito que corresponda. Cuando los pendones o gallardetes contengan publicidad relativa a la venta de inmuebles y no se haya expedido la autorización de uso y ocupación respectiva, la Alcaldía condicionará la expedición de dicha autorización al pago de la multa y al retiro de los pendones o gallardetes respectivos.

artículo reformado 6 junio 2022





Artículo 87. Se sancionará con multa de 6,000 a 12,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro del medio publicitario a su costa, al titular de la Licencia o Autorización que incurra en cualquiera de las siguientes infracciones:

- I. Agregue elementos de propaganda al contenido de un medio publicitario denominativo;
- II. Adhiera medios publicitarios al vidrio de un ventanal o escaparate, y
- III. Instale medios publicitarios no permitidos en el interior de un escaparate.

Cuando el infractor cometa **por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro a su costa del medio publicitario.** En caso de que el infractor cometa **por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión, el retiro a su costa del medio publicitario y arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas.** El Instituto o en su caso la Alcaldía correspondiente presentarán, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querrela por la comisión del delito que corresponda. *artículo reformado 6 junio 2022*

Artículo 88. Se sancionará con multa de 6,000 a 12,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro a su costa del medio publicitario, al titular de la licencia o autorización que instale un medio publicitario denominativo en un inmueble distinto de aquel en donde se desarrolle la actividad de la denominación o razón social respectiva. Cuando el infractor cometa **por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro a su costa del medio publicitario.** En caso de que el infractor cometa **por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión, el retiro a su costa del medio publicitario y arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas.** El Instituto o en su caso la Alcaldía correspondiente presentarán, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querrela por la comisión del delito que corresponda. *artículo reformado 6*

junio 2022





Artículo 94. Sin perjuicio de las sanciones referidas expresamente en los artículos anteriores de este capítulo, la autoridad competente podrá determinar cómo sanción el retiro parcial de medios publicitarios; la Revocación de Permisos, Licencias o Autorizaciones; la Exclusión temporal o permanente del Registro de publicistas, y las demás que señalen el reglamento y las disposiciones jurídicas aplicables.

artículo reformado 6 junio 2022

Artículo 95. Las multas impuestas en términos de las disposiciones anteriores, así como los gastos que se generen por el retiro parcial o total de los medios publicitarios por parte del Gobierno de la Ciudad de México, cuando éste haya sido impuesto como medida cautelar y de seguridad, o sanción, serán considerados créditos fiscales a cargo de las personas infractoras y su cobro se realizará a través del procedimiento administrativo de ejecución, en términos del Código Fiscal de la Ciudad de México. Sin perjuicio de las sanciones referidas expresamente en los artículos anteriores de este capítulo, la autoridad competente podrá determinar cómo sanción el retiro parcial de medios publicitarios; la Revocación de Permisos, Licencias o Autorizaciones; la Inhabilitación del medio publicitario; la exclusión temporal o permanente del Registro de publicistas, y las demás que señalen el Reglamento y las disposiciones jurídicas aplicables.

artículo reformado 6 junio 2022





DELITOS REGULADOS:

Artículo 96. Se le impondrá de **tres a seis años de prisión, así como multa de 500 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, a quien atente contra la protección, conservación y regulación del paisaje urbano de la Ciudad de México** al realizar o participar en la instalación de un medio publicitario:

- a) **En azoteas, instalados o pintados en cerros, rocas, árboles, bordes de ríos, lomas, laderas, bosques, lagos o en cualquier otra formación natural;**
- b) **Autosoportados prohibidos en los términos de esta Ley;**
- c) Pintado o adherido en fachadas que no sean denominativos;
- d) **Envoltentes;**
- e) Proyecciones sobre materiales plásticos, lonas, o elementos colocados o adheridos en fachadas;
- f) Que atenten contra la dignidad de las personas o vulneren los valores o derechos humanos, y
- g) En zonas de conservación ecológica, áreas de valor ambiental o áreas naturales protegidas; Las penas previstas en este artículo se duplicarán cuando una o más de las conductas descritas en el párrafo anterior se desarrollen en suelo de conservación ecológica, área natural protegida, área de valor ambiental, barrancas o áreas verdes en suelo urbano, de conformidad con las disposiciones jurídicas aplicables.

Este delito se perseguirá de oficio, asimismo, la reparación del daño será a favor del Gobierno de la Ciudad de México, y consistirá en el retiro del medio publicitario instalado ilegalmente, o en el pago del costo del retiro del medio publicitario, cuando se haya llevado a cabo como medida precautoria, o sanción administrativa o penal, según lo resuelva el Juez competente.

2022

artículo adicionado 6 junio





Artículo 97. Comete **el delito en contra de la protección, conservación y regulación del paisaje urbano de la Ciudad de México**, quien permita la instalación de un medio publicitario en azoteas, así como de un medio publicitario adosado, tapial, valla o muro ciego sin contar con la licencia o autorización que exija esta ley, y se le impondrá de tres a seis años de prisión, así como de 6,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente.

Se entiende que permite la instalación, el propietario, poseedor, responsable o administrador del inmueble, o quien celebre convenio con persona cuyo objeto consista en la colocación y venta de espacios publicitarios.

artículo adicionado 6 junio

2022

Artículo 100. Los delitos de este Capítulo se perseguirán por denuncia, con excepción de los previstos en los dos primeros artículos de este (art. 96 y 97), en los cuales se refiere que son de oficio, asimismo, la reparación del daño será a favor del Gobierno de la Ciudad de México, y consistirá en el retiro del medio publicitario instalado ilegalmente, o en el pago del costo del retiro del medio publicitario, cuando se haya llevado a cabo como medida precautoria según lo resuelva el Juez competente.

Las multas impuestas en términos de las disposiciones anteriores serán determinadas como créditos fiscales, a cargo de las personas infractoras y su cobro se realizará a través del procedimiento administrativo de ejecución, en términos del Código Fiscal de la Ciudad de México.

artículo reformado 6 junio 2022





TRANSITORIOS

SÉPTIMO:

1. Las personas físicas y morales responsables de los medios publicitarios que se encuentren en cualquiera de las hipótesis previstas en el artículo 15 de la presente Ley (medios publicitarios prohibidos) y que corresponden a modalidades incluidas en el Padrón Oficial de Anuncios Sujetos al Reordenamiento de la Publicidad Exterior del Distrito Federal publicado en la Gaceta que acrediten tener un derecho adquirido podrán realizar las gestiones para obtener la Licencia, que permita la permanencia, cambio de modalidad y/o reubicación de dichos medios publicitarios, según proceda. El procedimiento a seguir será el establecido en el numeral 2 del presente Transitorio.

Las personas físicas o morales que posean medios publicitarios autosoportados que hayan sido instalados conforme a deberán seguir los procedimientos descritos en los incisos a) y b) del numeral 2 de este Transitorio para obtener, en su caso, la Licencia de los mismos.

Asimismo, las personas que posean medios publicitarios instalados conforme a la normativa aplicable en muros ciegos de colindancia en corredores publicitarios antes de la entrada en vigor de la presente Ley, y que se adapten al uso de un 40% del espacio factible de exhibición del muro sobre el que se colocan, podrán seguir los procedimientos aquí descritos para solicitar, en su caso, la obtención de Licencia de los mismos.

Dentro del análisis que al efecto realice la Secretaría de las solicitudes señaladas en los párrafos anteriores se considerará el cumplimiento de los solicitantes del retiro voluntario de medios publicitarios que no cumplan con lo establecido en la presente Ley.





2. Las personas físicas o morales responsables de los medios publicitarios definidos en el anterior numeral de este transitorio, deberán, dentro de un plazo máximo de 70 días naturales contados a partir de la entrada en vigor de este Decreto:
 - a) Manifiestar lo que a su derecho convenga y presentar ante la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México o de la autoridad competente pruebas pertinentes, idóneas y suficientes para acreditar su legal y previa instalación y permanencia, como son: las licencias, permisos o autorizaciones respectivas, sentencias jurisdiccionales firmes, pago de derechos, entre otros.
 - b) Acreditar que se encuentran enlistados en el status de “INSTALADOS” en el Padrón Oficial de Anuncios Sujetos al Reordenamiento de la Publicidad Exterior del Distrito Federal publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal del 18 de diciembre de 2015.
 - c) Presentar a la Secretaría o autoridad competente la solicitud que incluya la propuesta de permanencia, cambio de modalidad y/o reubicación, según se trate, conforme a las disposiciones previstas en esta Ley en los supuestos procedentes, a efecto de analizar la viabilidad de ello y se determine lo procedente.
 - d) En la propuesta se deberán además señalar las dimensiones y características de los medios publicitarios, considerando que los mismos deberán cumplir con una distancia mínima de doscientos cincuenta metros respecto a cualquier otro medio publicitario.

3. En todos los casos de los medios publicitarios instalados en azoteas que estén incluidos en el Padrón Oficial de Anuncios Sujetos al Reordenamiento de la Publicidad Exterior del Distrito Federal publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal del 18 de diciembre de 2015, independientemente del status, deberán ser retirados. Para ello las personas físicas o morales responsables deberán:
 - a) Anexar a la solicitud el cronograma del periodo en el que se realizará el retiro de los medios publicitarios prohibidos, el cual no deberá exceder de un año a partir de la entrada en vigor del presente ordenamiento. Dicho retiro deberá realizarse conforme a lo siguiente:





- b) Durante el primer semestre se deberán retirar por lo menos el 40 por ciento de la totalidad de los medios publicitarios que correspondan a las personas responsables de los mismos;
- c) Durante el tercer trimestre otro 40 por ciento; y
- d) En el último trimestre el resto de los medios publicitarios.

A las personas responsables de los anuncios de azotea que no sean retirados en el periodo de un año contado a partir de la entrada en vigor de la presente Ley, se les impondrá multa, así como las demás sanciones adicionales que procedan.

El Gobierno de la Ciudad podrá retirar los medios publicitarios prohibidos notificando el crédito fiscal correspondiente a las personas físicas o morales propietarias de los mismos, responsables de su difusión y responsables de su instalación, en los términos de la presente Ley.

Una vez recibida la solicitud de permanencia, cambio de modalidad y/o ubicación, la Secretaría o la autoridad competente contará con un plazo de ciento veinte días hábiles contados a partir de la recepción de la misma, para analizar y valorar la idoneidad y viabilidad de las pruebas y propuestas que reciba conforme a lo referido en el presente transitorio, así como para emitir su determinación y en su caso, para la emisión de la Licencia autorización o PATR correspondiente.

4. Para la determinación de los cambios de modalidad y/o reubicación, o permanencia, según proceda, la Secretaría o la autoridad competente considerará lo siguiente:

- a) En cuanto a la distribución de nuevas ubicaciones, así como, en los cambios de modalidad autorizados a favor de publicistas incluidos en el Padrón Oficial de Anuncios Sujetos al Reordenamiento de la Publicidad Exterior del Distrito Federal, se contemplarán principios de proporcionalidad y equidad, siempre y cuando ello no se contraponga a los criterios respectivos definidos en esta Ley y las demás disposiciones aplicables.





b) Respecto a los casos que sean parte del proceso de ordenamiento previsto en este transitorio, en que la Secretaría advierta la existencia de un acto de corrupción, documentos falsos o falsedad de declaraciones, se dará vista a la Fiscalía General de Justicia de la Ciudad de México a fin de que se inicien las carpetas de investigación correspondientes. En dicho supuesto, el trámite solicitado será negado.

c) Una vez concluido el plazo de 70 días naturales contados a partir de la entrada en vigor de este Decreto, todos los medios publicitarios prohibidos conforme a la misma, respecto de los cuales no se haya solicitado su permanencia, cambio de modalidad y/o reubicación, conforme a lo previsto en este transitorio, se presumirán ilegales y, por lo tanto, se procederá a su retiro por parte del Instituto de Verificación Administrativa de la Ciudad de México a costa de las personas responsables del anuncio o medio publicitario, sin perjuicio de las sanciones a que pudiera hacerse acreedora.

5. Tratándose de los medios publicitarios colocados en muros ciegos y azoteas que en términos de lo previsto en este transitorio la Secretaría haya determinado que no es procedente su permanencia, cambio de modalidad y/o reubicación, se presumirán como ilegales y, por lo tanto, se procederá a su retiro por parte del Instituto de Verificación Administrativa de la Ciudad de México a costa de las personas responsables del anuncio o medio publicitario, sin perjuicio de las sanciones a que pudiera hacerse acreedora.

6. Para efectos de la reubicación de anuncios o cambios de modalidad, la Secretaría considerará domicilios alternativos para los publicistas que hayan hecho el retiro en los tiempos señalados.

7. La Secretaría procurará que las ubicaciones de estas nuevas modalidades se encuentren en un radio de 250 metros respecto a los medios prohibidos retirados. De no ser factible ello por razones físicas espaciales o de protección civil, se buscarán otras ubicaciones viables de acuerdo a lo establecido por esta Ley. La publicidad que se coloca en el transporte público y otras modalidades establecidas en la presente Ley, podrán servir al fin que se describe en este apartado.





En todo caso, cualquier ubicación propuesta, y autorización que se derive de la misma, estará sujeta a las disposiciones y trámites administrativos que resulten aplicables en razón del tipo de bien de que se trate.

8. **Tendrán prioridad en la obtención de licencias o PATR de nuevas modalidades en nuevas ubicaciones aquellos publicistas que realicen el retiro en primera instancia.**
9. **La Secretaría podrá otorgar Licencias para medios publicitarios en muros ciegos de colindancia en corredores publicitarios como modalidad sustituta de medios instalados en azotea que sean retirados en primera instancia.** Estos deberán adaptarse al uso de un 40% del muro susceptible de publicitarse, sobre el que se colocan y no podrán tener una dimensión superior al anuncio retirado. Lo anterior, previa solicitud del interesado y con la condición de que estos sirvan como modalidad sustituta de medios instalados en azotea que sean retirados en primera instancia.
10. Los medios publicitarios respecto de los cuales se emitan licencias o permisos de conformidad con lo previsto en este transitorio, se podrán cambiar de ubicación siempre y cuando al momento de su solicitud se cumpla con las disposiciones vigentes.
Una vez autorizado la permanencia, reubicación y/o cambio de modalidad, según proceda, las personas responsables de los medios publicitarios, podrán obtener la Licencia o permiso respectivo, para lo cual deberán además cumplir con los requisitos de esta Ley para la emisión de las mismas, así como las demás disposiciones aplicables.
La Secretaría emitirá los lineamientos para la aplicación de este Artículo Séptimo Transitorio en un plazo de 10 días hábiles a partir de la entrada en vigor de esta Ley. *artículo adicionado 6 junio 2022*





El día 7 de julio del año en curso, se publicaron en el Diario Oficial de la Federación los lineamientos para la aplicación del artículo séptimo transitorio de la presente ley. Mismos que establecen lo siguiente:

PRIMERO.- Los presentes Lineamientos tienen por objeto dar cumplimiento a lo establecido por el SÉPTIMO TRANSITORIO del 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, publicado el 06 de junio de 2022 en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México no. 866 bis.

SEGUNDO. Para efectos de los presentes Lineamientos, además de lo previsto en el artículo 4 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, se entenderá por:

- I. CSE:** Corresponsable en Seguridad Estructural;
- II. Cambio de modalidad:** sustitución de un medio publicitario prohibido por el artículo 15 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, por uno permitido de los que se indican en el artículo 14 del citado ordenamiento;
- III. DRO:** Director Responsable de Obra;
- IV. INAH:** Instituto Nacional de Antropología e Historia;
- V. INBAL:** Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura;
- VI. Ley de Publicidad Exterior:** Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México;
- VII. Licencia:** documento que representa el derecho subjetivo de los particulares, que le confiere facultades o potestades específicas expresadas en actos administrativos, mediante el cual la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México permite la instalación de medios publicitarios;
- VIII. Lineamientos:** Lineamientos para la aplicación del Séptimo transitorio del 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;
- IX. Medios publicitarios:** cualquier elemento material, con o sin estructura de soporte, por el cual se difunde física, electrónica o digitalmente un mensaje explícito o implícito o bien que, sin contener un mensaje, sea una unidad integral en términos de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México;
- X. Medio publicitario en tapiales:** el instalado en un tablero de madera, lámina u otros materiales, ubicado en vía pública, destinado a cubrir el perímetro de una obra en proceso de construcción.
- XI. Padrón:** Padrón oficial de anuncios sujetos al reordenamiento de la publicidad exterior del Distrito Federal, publicado el 18 de diciembre de 2015 en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México no. 242 tomo I;
- XII. Permanencia:** posibilidad de que los medios publicitarios autosoportados o colocados en muros ciegos que se encuentren en el Padrón como “instalados”, puedan continuar en el predio o sitio en que se encuentran, siempre y cuando cumplan con los términos y disposiciones que prevé actualmente la Ley de Publicidad Exterior.
- XIII. Reubicación:** cambio de punto o ubicación, donde se encuentra instalado un medio publicitario;





TERCERO.- Las personas físicas y morales responsables de los medios publicitarios que corresponden a las modalidades incluidas en el Padrón y en los supuestos establecidos en el artículo 15 de la Ley de Publicidad Exterior que estén interesadas en realizar las gestiones para obtener, en su caso, la licencia o permiso, según corresponda, que les permita el cambio de modalidad y/o reubicación, o permanencia de dichos medios publicitarios, deberán sujetarse a los presentes lineamientos. Sólo podrán solicitarlo las personas físicas y morales que acrediten tener un derecho adquirido al encontrarse en las modalidades y los domicilios que aparecen en el Padrón y cuyo estatus sea “instalados” y que así se encuentren en la actualidad.

CUARTO.- Las personas físicas y morales interesadas en obtener, en su caso, una licencia o permiso, según corresponda, para el cambio de modalidad, reubicación y/o permanencia de los medios publicitarios, conforme a lo previsto en el Séptimo Transitorio de la Ley de Publicidad Exterior, deberán presentar en la oficialía de partes de la SEDUVI la solicitud por escrito que contenga la información siguiente:

- I. Nombre o razón social de la persona física o moral que se encuentre dentro del Padrón, así como de su representante legal o apoderado, anexando los documentos que acrediten su personalidad y representación.
- II. Tratándose de personas físicas, identificación oficial vigente con fotografía (credencial para votar o pasaporte).
- III. Cuando se trate de personas morales, se deberá presentar Acta Constitutiva y/o el Poder Notarial que acredite la personalidad del representante legal que promueve en su nombre y representación, así como identificación oficial vigente con fotografía (credencial para votar o pasaporte);
- IV. Domicilio, número telefónico y correo electrónico del promovente, para oír y recibir notificaciones, así como su consentimiento para recibir notificaciones mediante correo electrónico.
- V. Propuesta de cronograma para el retiro de los medios publicitarios que se encuentran prohibidos en el artículo 15 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México. En dicha propuesta se establecerá el domicilio y la modalidad de los medios instalados. (ver anexo 1)





- VI. La propuesta deberá tener como objeto el ordenamiento del paisaje urbano y evitar la saturación del mismo. Por ello, deberá considerar la reducción de la totalidad de los medios publicitarios con los que cuenta instalados actualmente.
- VII. Acreditar que se encuentran enlistados con el estatus de “instalados” en el Padrón, señalando los domicilios y las modalidades de los medios publicitarios de los cuales se solicita su permanencia, cambio de modalidad y/o reubicación (ver anexo 2).
Asimismo, deberán presentar las pruebas pertinentes, idóneas y suficientes para acreditar su previa instalación y legal permanencia, como son: licencias, permisos o autorizaciones respectivas, sentencias jurisdiccionales firmes; así como, en su caso, el pago de derechos y las licencias con las que cuenten, entre otros.
- VI. Asimismo, se deberá señalar el estatus jurídico actual de los medios publicitarios sujetos al cambio de modalidad; es decir, si el mismo está sujeto o, en su caso, si lo fue de un procedimiento administrativo o algún medio de impugnación, así como la instancia que conoce o conoció del mismo. Precisando el acto o actos impugnados y las autoridades demandadas, en su caso, si el mismo fue resuelto, señalando si está firme la determinación, debiendo anexar copias certificadas de las resoluciones, acuerdos y sentencias emitidas por la autoridad competente (ver anexo 3).
- VII. Las personas físicas o morales que soliciten cambios de modalidad deberán presentar la solicitud integrando a la misma escrito acompañado de esquemas (imágenes, planos, etc.) donde se describa claramente: ubicación, dimensiones, materiales, estructura y fijación, sistema de iluminación, el sistema para exhibir publicidad (cartelera de papel, pantalla digital, otro), imagen objetivo (render o fotomontaje), así como todas las especificaciones técnicas necesarias que considere respecto del medio publicitario a instalar.
- VIII. Las personas físicas o morales que posean medios publicitarios autosoportados o muros ciegos, de los que se solicite la permanencia deberán anexar a su solicitud análisis técnico que integre:





- a) **Fotografías del autoportado en el sitio**, en las cuales se deberá apreciar su ubicación, las colindancias en las que sea visible y el estado actual del inmueble donde está instalado.
 - b) **Dictamen de seguridad estructural firmado y avalado por un DRO o un CSE** que garantice que el medio publicitario autoportado instalado reúne las condiciones y las características de seguridad que se requieren para evitar situaciones de riesgo y daños a las personas y al inmueble o inmuebles colindantes a su instalación.
 - c) **Bitácora del mantenimiento firmada por un DRO o CSE, acompañada de fotografías, planos arquitectónicos, estructurales del autoportado y la memoria de cálculo**; dichos planos deberán incluir (si es el caso) las construcciones o elementos arquitectónicos cercanos a donde se encuentra instalado éste.
 - d) **Copia certificada por fedatario público del contrato de arrendamiento vigente entre la persona propietaria, administradora o poseedora del inmueble en donde se encuentra instalado el medio publicitario**. En el entendido de que para el supuesto que la vigencia sea menor a tres años se tendrá que solicitar su renovación con el contrato que ampare el periodo restante.
- XI. **En los casos de cambio de modalidad y/o reubicación de medios publicitarios se deberá incluir además la manifestación bajo protesta de decir verdad del retiro y la no reinstalación de los medios publicitarios de que se trate**, así como fotografías y el cronograma de actividades con las que se acredite los trabajos que se están realizando o se han realizado para su retiro (ver anexo 4).
- XII. **Fecha y firma de la persona promovente**. La permanencia de algún medio publicitario de los prohibidos en el artículo 15 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México será analizada y determinada por la SEDUVI. En ningún caso podrá aplicar para los medios publicitarios instalados en azoteas. Respecto a las solicitudes de permanencia, cambio de modalidad o reubicación, la SEDUVI analizará el tiempo durante el cual han sido exhibidos, así como los importes que han dejado de pagar al Gobierno de la Ciudad; ambos elementos serán considerados en sus determinaciones.





QUINTO. Tratándose de solicitudes de **cambios de modalidad**, se podrá optar por las siguientes:

- I. **Cambio de cartelera análoga por cartelera digital:** a quienes acrediten su permanencia, cumplan con las distancias y consideraciones establecidas en la Ley de Publicidad Exterior y los presentes Lineamientos.
- II. **Mobiliario urbano con publicidad integrada:** aquel que estará determinado por las necesidades de la Ciudad con el objetivo de mejorar la calidad del espacio público, las condiciones de seguridad ciudadana y accesibilidad, además de cumplir con lo siguiente:
 - a) Presentar para su dictaminación en la Comisión Mixta de Mobiliario Urbano **propuesta de mobiliario urbano con publicidad integrada**, describiendo el beneficio que este dará al espacio público y a la ciudadanía, acompañado del plano con las medidas, materiales e imágenes **objetivo** (render o fotomontajes); indicar emplazamiento (ubicación donde se instalará el mobiliario) para analizar la viabilidad de éstos.
 - b) El mobiliario urbano con publicidad integrada sólo podrá instalarse de acuerdo con lo establecido en la Ley de Publicidad Exterior.
- I. **Medio publicitario en tapias:** las medidas de los tapias serán de 5.00 X 3.00 metros y no se podrán instalar en inmuebles afectos al patrimonio cultural urbano o declarado como monumento histórico o artístico;
- II. **Medio publicitario en valla:** cartelera situada en lotes baldíos, estacionamientos públicos, con fines publicitarios, que se instalarán en elementos metálicos con carteleras de 5.00 X 3.00 metros. La altura máxima será de 3.30 metros y se podrán incluir pantallas.
- III. **Medio publicitario temporal en mallas de protección para arreglo y mantenimiento de fachadas, con o sin valor patrimonial:** se instala en una estructura temporal tipo andamio, sobre el que se coloca una malla con publicidad. La colocación del andamio deberá permitir el libre y seguro tránsito peatonal sin obstruir la libre circulación. Para solicitar el cambio de modalidad a este medio publicitario deberá presentar las ubicaciones acompañadas de las fotografías del inmueble en su estado actual, así como de un cronograma de acciones (trabajos de obra) para el arreglo de las fachadas y de la duración de éstos.





Dicho medio publicitario deberá permitir la visibilidad de los trabajos de mantenimiento de las fachadas en que se instalen. Los proyectos de arreglo y mantenimiento de fachadas serán autorizados por la SEDUVI, sin detrimento de las determinaciones que emitan el INAH y/o el INBAL, en el ámbito de sus respectivas competencias conforme a la Legislación Federal aplicable.

- VI. *Medios publicitarios de cartelera publicitaria en muro ciego de planta baja:* aquellos instalados en muros carentes de vanos y accesos sobre el que se colocará un bastidor ligero de madera o metal sobre el que se colocan carteles publicitarios de materiales reciclables y no permanentes, los cuales tendrán medidas de hasta 1.50 X 3.00 metros con separaciones de 0.60 centímetros. Dichos medios publicitarios deberán contar con iluminación indirecta a la vía pública; asimismo, se deberá dar mantenimiento constante al muro y en ningún caso se deberá tapiar, bloquear o colocar ningún elemento en ventanas, vanos, rejillas o accesos para la colocación de este medio publicitario.
- VII. *Medios publicitarios en muros ciegos de colindancia en corredores publicitarios:* deberán adaptarse al uso de un 40% del muro susceptible de publicitarse sobre el que se colocan y sin tener una dimensión superior al medio publicitario retirado.

SEXTO. El cronograma para el retiro de los medios publicitarios al que se refiere la fracción III del numeral CUARTO, deberá contener el total de los medios publicitarios con el que cuenta el solicitante, el tipo, ubicación exacta, fecha de inicio y término del retiro, así como el porcentaje por etapa. **El retiro de los medios publicitarios no deberá exceder de un año** a partir de la entrada en vigor de la Ley de Publicidad Exterior y se deberá realizar conforme a lo siguiente:

- I. Durante el periodo del 7 de julio de 2022 al 06 de enero de 2023 se deberán de retirar por lo menos el 40% de la totalidad de los medios publicitarios que correspondan a las personas responsables de los mismos. Debiendo retirarse en primer término aquellos que se encuentren ubicados en corredores publicitarios y áreas de conservación patrimonial.
- II. Durante el periodo del 7 de enero al 6 de abril de 2023 deberán retirar el otro 40% de la totalidad de los medios publicitarios que correspondan; y
- III. En el periodo del 7 de abril al 6 de julio de 2023 deberán retirar los medios publicitarios restantes.

Tendrán prioridad en la elección de cambio de modalidad y ubicaciones aquellas personas publicistas que hayan realizado y acreditado en primer término el retiro de los medios publicitarios que se encuentren en el supuesto del artículo 15 de la Ley de Publicidad Exterior, así como los que consideren un mayor porcentaje de reducción de la totalidad de sus medios publicitarios.





SÉPTIMO. La valoración de la idoneidad de las pruebas y la viabilidad de las propuestas recibidas se realizará atendiendo al cumplimiento de los aspectos siguientes:

- I. **Viabilidad jurídica:** acreditación de la previa instalación y legal permanencia de los medios publicitarios en los términos señalados en el artículo SÉPTIMO transitorio de la Ley de Publicidad Exterior y que la resoluciones emitidas por autoridad competente se encuentren cumplimentadas de aquellos medios publicitarios objeto de regularización.
- II. **Viabilidad técnica:** verificar que los medios publicitarios a instalar, con motivo del cambio de modalidad y/o reubicación, cumplan con los objetivos del reordenamiento y las disposiciones de la Ley de Publicidad Exterior.
- III. En todo momento, se vigilará que los medios publicitarios representen un menor riesgo en materia de seguridad para las personas y sus bienes, a la par que la ciudadanía pueda gozar de un paisaje ordenado, seguro y armónico. Asimismo, se considerará la viabilidad del cronograma de retiro, el cual deberá garantizar que los medios publicitarios sean retirados en los tiempos señalados por la Ley de forma ordenada, segura y sistematizada, a fin de garantizar el ordenamiento por vialidades y del paisaje urbano. En ese orden de ideas, a fin de analizar la viabilidad jurídica y técnica de las propuestas de reordenamiento, la SEDUVI considerará lo siguiente:

- a) Acreditación de que los medios publicitarios propuestos se encuentren dentro de las modalidades incluidas en el Padrón, cuyo status sea “instalado”, de conformidad con el Séptimo Transitorio de la Ley en mención;
- b) Que acrediten su previa instalación y permanencia de acuerdo con las pruebas que presenten al efecto;
- c) Revisión del estado jurídico actual del medio publicitario en mención, que se acreditará que el medio de impugnación se encuentra concluido y que se tuvo por cumplida la ejecutoria. Lo anterior, sin perjuicio de que la SEDUVI se allegue de mayores elementos de prueba, como puede ser la información de otras instituciones.
- d) Acreditación de la personalidad, en los casos que el promovente actúa como apoderado o representante legal, de conformidad con lo establecido en los artículos 40 a 42 de la Ley de Procedimiento Administrativo de la Ciudad de México.
- e) Cumplimiento de las siguientes consideraciones técnicas:





1. Que las ubicaciones de los medios publicitarios para su reubicación cumplan con la distancia respecto a otros medios publicitarios de su misma modalidad y estar intercalados (tresbolillo), como lo describe la Ley. De no ser factible ello por razones físicas espaciales o de protección civil, se buscarán otras ubicaciones en un radio de 250 metros respecto a los medios prohibidos retirados;
2. **Que tratándose de autosoportados que soliciten permanencia, la cartelera no deberá rebasar el límite del predio donde se encuentre instalado y deberá contar con las medidas reglamentarias;**
3. La solicitud de permanencia de medios publicitarios instalados en muros ciegos deberá adaptarse al uso de un 40% del muro susceptible de publicitarse; asimismo, se verificará que no se encuentren dentro de Áreas de Conservación Patrimonial;
4. Que la instalación de cualquier medio publicitario propuesto no limite o bloquee las condiciones de iluminación y/o de ventilación de los edificios;
5. Que los medios publicitarios propuestos a instalar cumplan con las consideraciones para salvaguardar la integridad y la seguridad de todas las personas que habitan, visitan y transitan la Ciudad, así como de sus bienes; por ello, las propuestas deberán incluir el cumplimiento de todos los requisitos indicados en la Ley de Publicidad Exterior en materia de seguridad estructural y de contribuir con el ordenamiento del paisaje y la imagen urbana;
6. En caso de ser medios publicitarios instalados en vía pública, el proyecto deberá ser previamente aprobado por la Comisión Mixta de Mobiliario Urbano de conformidad con el artículo 106 del Reglamento para el Ordenamiento del Paisaje Urbano vigente en la Ciudad de México; y
7. Que **el cronograma de retiro presentado cumpla con lo previsto en el Séptimo Transitorio de la Ley de Publicidad Exterior**, así como con las especificaciones indicadas en los presentes Lineamientos.





OCTAVO. Una vez presentada la solicitud de permanencia, cambio de modalidad y/o reubicación, la SEDUVI dentro de los 40 días hábiles siguientes a la recepción de la misma analizará y valorará la idoneidad de las pruebas y viabilidad de las propuestas. Posteriormente acordará respecto a la viabilidad o no de la solicitud a efecto de que, en su caso, continúe con las acciones correspondientes para el retiro de los medios publicitarios, así como con los trámites necesarios para la obtención de las Licencias o Permisos respectivos. **El acuerdo será notificado a la persona publicista por parte de la SEDUVI.**

NOVENO. Para obtener la licencia o permiso respectivo el promovente deberá acreditar lo siguiente:

- I. **El retiro de los medios publicitarios conforme al cronograma presentado, para lo cual deberá presentar la evidencia fotográfica** donde se observe su instalación y retiro, así como su respectivo proceso y demás medios de prueba con los que acredite la preexistencia del medio publicitario.
- II. Cumplir con los requisitos previstos en la Ley de Publicidad Exterior que señalan los artículos 39, 40, 41, 42 y demás relativos para la emisión de las licencias.
- III. Únicamente para aquellos casos en los que la solicitud verse sobre cambio de modalidad y/o reubicación, o medios publicitarios en la vía pública o en bienes inmuebles y estos no contarán con un Permiso Administrativo Temporal Revocable vigente, el interesado deberá obtener el permiso o licencia respectivo, para que la misma sea presentada como requisito adicional para la tramitación de un nuevo Permiso Administrativo Temporal Revocable, con independencia de la autorización por parte de la Comisión Mixta de Mobiliario Urbano y el respectivo emplazamiento
- IV. Los medios publicitarios que cuenten con un Permiso Administrativo Temporal Revocable vigente deberán obtener en un plazo no mayor a 120 días hábiles las licencias o permisos adicionales previstos en la Ley de Publicidad Exterior, cuando así resulte necesario.
- V. Asimismo, el promovente deberá presentar manifestación bajo protesta de decir verdad de no reinstalación de los medios publicitarios retirados, lo cual podrá ser materia de verificación administrativa en cualquier momento. En el supuesto de que la propuesta requiera la emisión de un Permiso Administrativo Temporal Revocable, la SEDUVI solicitará a la Dirección General de Patrimonio Inmobiliario su opinión a fin de que ésta manifieste, en su caso, algún impedimento para la emisión del permiso correspondiente. Asimismo cuando la propuesta requiera de permisos para la instalación de medios publicitarios en vehículos de transporte, de pasajeros y de carga en todas sus modalidades, así como medios publicitarios en equipamiento auxiliar de transporte, se solicitará a la Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México visto bueno relativo a la ubicación y características de dichos medios.





DÉCIMO. En un plazo de 120 días hábiles contados a partir de recibida la solicitud de cambio de modalidad y/o reubicación o permanencia, la SEDUVI por sí y/o con la colaboración de otras áreas de la administración pública local, verificará el retiro de los medios publicitarios conforme al cronograma presentado, así como el cumplimiento de los requisitos para el otorgamiento de las licencias, a fin de emitir su determinación, según proceda. Posteriormente procederá a emitir la licencia o permiso respectivo, lo cual se notificará a las personas interesadas.

DÉCIMO PRIMERO. Todo trámite relacionado con los presentes Lineamientos se llevará a cabo en la oficialía de partes de la SEDUVI, la cual está ubicada en **Amores 1322, colonia del Valle Centro, demarcación territorial Benito Juárez, Ciudad de México.**

DÉCIMO SEGUNDO. El procedimiento descrito en los presentes Lineamientos se llevará a cabo conforme con lo establecido en la Ley de Procedimiento Administrativo, la Ley de Publicidad Exterior y la Ley de Desarrollo Urbano; todas vigentes en la Ciudad de México.

DÉCIMO TERCERO. La interpretación de los presentes Lineamientos, así como los casos no previstos, serán resueltos por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México. Lo anterior, en estricto apego al derecho a la buena administración pública a través de un gobierno honesto, transparente, profesional, eficaz, eficiente que procure el interés público y combate la corrupción.

DÉCIMO CUARTO. La SEDUVI podrá verificar en cualquier momento la información y documentación presentada, pudiendo solicitar la información que corresponda a las autoridades o instancias competentes. En los casos en que se detecte información o documentación falsa, se interrumpirá el proceso y se dará aviso a las autoridades competentes.





A continuación, encontrará los enlaces para consultar la Ley de Publicidad Exterior y los Lineamientos para la aplicación del artículo séptimo transitorio.

- Ley de Publicidad Exterior:

https://data.consejeria.cdmx.gob.mx/portal_old/uploads/gacetas/ea2040307a2fdde31c53588ff5ea44c5.pdf

- Lineamientos para la aplicación del Séptimo Transitorio del 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, publicado el 06 junio de 2022 en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México No. 866 Bis

https://data.consejeria.cdmx.gob.mx/portal_old/uploads/gacetas/fcda4bcf8daa7094672cfbc47e1c9eef.pdf

Para cualquier aclaración o comentario sobre el particular, **AMDA** está a tus órdenes en los teléfonos 55 36 88 36 50 ext. 140, 142, 143 o directamente con:

- Mtra. Laura Méndez Funes lmendezf@amda.mx
- Claudia Carrión ccarriong@amda.mx
- Mariana Ordoñez mordoneza@amda.mx

