

Ciudad de México, a 23 de marzo de 2023

DIP. FAUSTO MANUEL ZAMORANO ESPARZA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DEL
CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
II LEGISLATURA
PRESENTE

La que suscribe, **Diputada María Gabriela Salido Magos**, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional, del Congreso de la Ciudad de México II Legislatura, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 122, apartado A, fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29 apartado D inciso a), apartado E y 30 numeral 1, inciso b) de la Constitución Política de la Ciudad de México; 2 fracción II, 13 fracción IX y 21 de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; 1, 2 fracción XXXVIII, 5 fracción I, 79 fracción IX, 94 fracción IV, 99 fracción II y 100 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, someto a consideración del Pleno de este H. Congreso, la siguiente: **PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA A LA AGENCIA DIGITAL DE INNOVACIÓN PÚBLICA Y A LA SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA A DAR CUMPLIMIENTO A LAS DISPOSICIONES LEGALES VIGENTES EN MATERIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR**, lo anterior al tenor de los siguientes:

ANTECEDENTES

El 6 de junio de 2022 se publicó en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México 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 México¹.

El nuevo ordenamiento en materia de publicidad integra como principio el de simplificación, el cual, conlleva a facilitar la realización de trámites en procesos administrativos.

En este sentido, la Ley señala la implementación de la Plataforma Digital de Publicidad Exterior, la cual se constituye como la *“herramienta tecnológica que permitirá contar*

¹ 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. Gaceta Oficial de la Ciudad de México No. 866 Bis.
https://data.consejeria.cdmx.gob.mx/portal_old/uploads/gacetitas/ea2040307a2fdde31c53588ff5ea44c5.pdf

con una base de datos que proporcione la información relativa a las Licencias, Permisos y Autorizaciones que se emitan en materia de publicidad exterior”.

GS

De acuerdo al artículo 59 de la Ley de Publicidad Exterior, señala que será la Agencia Digital de Innovación Pública de la Ciudad (ADIP), quien diseñe y de mantenimiento a la misma; por su parte, se establece que la misma será operada y actualizada por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI), de Movilidad (SEMOVI) y las Alcaldías, respecto a la información relativa a licencias, autorizaciones y permisos que emitan en el ámbito de su competencia.

Asimismo, la Ley prevé que, deberá contar con los mecanismos para asegurar la protección de datos personales.

La Plataforma prevista en la Ley se integra por:

- El Catálogo oficial de las Licencias, Permisos y Autorizaciones, el cual deberá contener:
 - o Numero de licencia, permiso o autorización, nombre del titular, vigencia y, en su caso, datos de prorrogación o de la extinción;
 - o Resoluciones o sentencias firmes emitidas por autoridad judicial o administrativa que recaigan sobre las licencias, permisos y autorizaciones;
 - o Número de registro ante la Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil del estudio de riesgo, así como la respectiva opinión favorable, y
 - o Número de póliza de seguro de responsabilidad civil y, de existir, la fecha de renovación de la póliza.
- La ubicación de los medios publicitarios y, en su caso, la identificación del vehículo o bien en el que se instale;
- Las opiniones técnicas favorables de los estudios de riesgo que emita la Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil o por la Unidad de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Alcaldías, lo anterior dependiendo de donde se ubique el medio publicitario, y
- El Registro de Publicistas.

En esta tesis, y a fin de que la misma se constituya, se establece en el CUARTO TRANSITORIO que la plataforma deberá diseñarse en un término de 120 días naturales contados a partir de la entrada en vigor de la Ley. Asimismo, se establece la obligación de migrar el “*padrón de empresas comercializadoras de publicidad*”, contemplado en el artículo 159 de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México a la misma.

GS

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La implementación de instrumentos tecnológicos que coadyuven a mejorar la realización de trámites, a través de la mejora regulatoria y la simplificación administrativa, tiene como fin eliminar cargas a las personas, así como el de disminuir los tiempos para realizar los trámites.

Con este fin es que se contempló en las disposiciones transitorias de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, el término de 30 días hábiles para que la ADIP, en coordinación con la SEDUVI, diseñen el Registro Público de Publicistas y la Plataforma Digital de Publicidad Exterior.

“DÉCIMO CUARTO. En un término de 30 días hábiles, la Agencia de Innovación Pública deberá diseñar, en coordinación con la Secretaría Desarrollo Urbano y Vivienda, el Registro de Publicistas y la Plataforma Digital de Publicidad Exterior, mediante las soluciones tecnológicas que permitan integrar la información con la que se cuente, así como implementar las nuevas determinaciones establecidas en la presente Ley.

Una vez implementados dicha Plataforma y Registro, las autoridades responsables de subir información, contarán con 60 días hábiles para actualizarla.

Una vez implementado el Registro de Publicistas, las personas físicas y morales dedicadas a la instalación, gestión, operación y comercialización de medios publicitarios, contarán con 60 días hábiles para registrarse y poder realizar sus actividades, en términos de la presente Ley.”

****Énfasis añadido***

Por lo anterior y teniendo en consideración que la Ley referida entró en vigor el 7 de junio de 2022, el plazo para que se diseñara la Plataforma Digital venció el 18 de julio del año pasado, es decir, hace 8 meses. GS

Al no implementarse la Plataforma en el plazo previsto, la ADIP también se encuentra en incumplimiento de lo señalado en el CUARTO transitorio, el cual a la letra señala:

*“CUARTO. De conformidad con el principio de uniformidad, el “padrón de empresas comercializadoras de publicidad” contemplado en el artículo 159 de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, deberá migrar la información con la que cuenta, desde su creación hasta la entrada en vigor del presente Decreto, a la Plataforma Digital de Publicidad Exterior y al Registro de Publicistas, según corresponda. **La Agencia Digital de Innovación Pública deberá diseñar, en coordinación con la Secretaría de Movilidad, las soluciones tecnológicas que permitan la migración de dicha información, en un término de 120 días naturales a partir de la entrada en vigor del presente Decreto.**”*

**Énfasis añadido*

En consecuencia, no se tienen condiciones para realizar la migración del padrón de empresas comercializadoras de publicidad, previsto en la Ley de Movilidad de la Ciudad, misma que venció en octubre de 2022, es decir, casi seis meses sin que contemos con la misma.

Por lo anterior, es que se propone exhortar a la ADIP y a la SEDUVI, a dar cumplimiento con las disposiciones transitorias de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México a fin de diseñar y poner en función la Plataforma Digital de Publicidad Exterior e integrar en la misma el padrón de empresas comercializadoras de publicidad previsto en el artículo 159, fracción I de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México.

CONSIDERANDO

PRIMERO. Que el artículo 122 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que la Ciudad de México es una entidad federativa que goza de autonomía en todo lo concerniente a su régimen interior y a su organización política y administrativa.

SEGUNDO. Que el artículo 43 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que:

GS

“Artículo 43. Las partes integrantes de la Federación son los Estados de Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Coahuila de Zaragoza, Colima, Chiapas, Chihuahua, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, México, Michoacán de Ocampo, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz de Ignacio de la Llave, Yucatán y Zacatecas; así como la Ciudad de México.”

**Énfasis añadido*

TERCERO. Que el artículo 44 de la citada Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que la Ciudad de México es la entidad federativa sede de los Poderes de la Unión:

“Artículo 44. La Ciudad de México es la entidad federativa sede de los Poderes de la Unión y Capital de los Estados Unidos Mexicanos; se compondrá del territorio que actualmente tiene y, en caso de que los poderes federales se trasladen a otro lugar, se erigirá en un Estado de la Unión con la denominación de Ciudad de México.”

**Énfasis añadido*

CUARTO. Que el artículo 16, apartado G, numeral 2, de la Constitución Política de la Ciudad de México, refiere la obligación del Gobierno de la Ciudad de México a evitar, entre otras problemáticas, la contaminación visual provocada por publicidad:

**“Artículo 16
Ordenamiento territorial**

Se entenderá por ordenamiento territorial la utilización racional del territorio y los recursos de la Ciudad de México, y su propósito es crear y preservar un hábitat adecuado para las personas y todos los seres vivos.

A. ... a F. ...

G. Espacio público y convivencia social

1. ...

2. **El diseño y gestión de los espacios públicos deberán estar en armonía con la imagen y el paisaje urbano de las colonias, pueblos y barrios originarios de acuerdo con el ordenamiento territorial y con los usos y necesidades de las comunidades. Su diseño se regirá por las normas de accesibilidad y diseño universal. El Gobierno de la Ciudad regulará su cuidado y protección a fin de evitar la contaminación visual, acústica o ambiental provocada por cualquier publicidad o instalación de servicios.**

GS

3. ... a 7. ...

H. ... e l. ...”

**Énfasis añadido*

QUINTO. Que el artículo 1 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, señala que dicha disposición, tiene por objeto regular lo concerniente a los medios publicitarios en el espacio público o cualquier otro bien visible desde el exterior:

“Artículo 1. La presente Ley es de orden público e interés general en la Ciudad de México y tiene por objeto regular la instalación, distribución, mantenimiento, permanencia y retiro de los medios publicitarios en el espacio público o en cualquier otro bien visible desde el exterior.”

**Énfasis añadido*

SEXTO. Que el artículo 57 de la Ley señalada en el considerando anterior, prevé la implementación de la Plataforma Digital de Publicidad Exterior como base de datos sobre el registro de licencias, permisos y autorizaciones en la materia, misma que será creada por la ADIP e implementada por la SEDUVI, la SEMOVI y las Alcaldías:

“Artículo 57. La Plataforma es la herramienta tecnológica que permitirá contar con una base de datos que proporcione la información relativa a las Licencias, Permisos y Autorizaciones que se emitan en materia de publicidad exterior, en términos de la presente Ley y su Reglamento.

La Plataforma contará con características tecnológicas que permitan la consulta de la información que contenga, así como mecanismos confiables

de seguridad que garanticen la protección de la información recabada, de conformidad con lo que señale el Reglamento.”

**Énfasis añadido*

“Artículo 59. La Agencia Digital de Innovación Pública de la Ciudad de México diseñará y dará mantenimiento técnico a la Plataforma., la cual será operada y actualizada por la Secretaría, las Alcaldías y la SEMOVI, respecto de la información correspondiente a las Licencias, Autorizaciones y Permisos que emitan en el ámbito de sus respectivas competencias y en términos de la presente Ley y su Reglamento.”

GS

La Secretaría será la encargada de administrar la Plataforma y asignará una cuenta de acceso a las autoridades competentes, que les permita utilizar la Plataforma para el ejercicio de sus atribuciones en términos de la presente Ley y demás normativa aplicable.”

**Énfasis añadido*

SÉPTIMO. Que el CUARTO y DÉCIMO CUARTO transitorio de la Ley referida señala las tareas encomendadas a la ADIP y a la SEDUVI, respecto a la Plataforma y la información que debe contener la misma:

“CUARTO. De conformidad con el principio de uniformidad, el “padrón de empresas comercializadoras de publicidad” contemplado en el artículo 159 de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, deberá migrar la información con la que cuenta, desde su creación hasta la entrada en vigor del presente Decreto, a la Plataforma Digital de Publicidad Exterior y al Registro de Publicistas, según corresponda. La Agencia Digital de Innovación Pública deberá diseñar, en coordinación con la Secretaría de Movilidad, las soluciones tecnológicas que permitan la migración de dicha información, en un término de 120 días naturales a partir de la entrada en vigor del presente Decreto.”

**Énfasis añadido*

“DÉCIMO CUARTO. En un término de 30 días hábiles, la Agencia de Innovación Pública deberá diseñar, en coordinación con la Secretaría Desarrollo Urbano y Vivienda, el Registro de Publicistas y la Plataforma Digital de Publicidad Exterior, mediante las soluciones tecnológicas que permitan integrar la información con la que se cuenta, así como implementar las nuevas determinaciones establecidas en la presente Ley.

...
...”

**Énfasis añadido*

OCTAVO. Que el artículo 4 fracción XXXVIII de la Ley Orgánica; 2 fracción XXXVII y 100 del Reglamento, ambos ordenamientos del Congreso de la Ciudad de México, señalan que se entiende por Punto de Acuerdo, así como el objeto del mismo: GS

“Artículo 4. Para los efectos de la presente ley, se entenderá por:

I. ... a XXVII. ...

XXXVIII. Punto de acuerdo: La proposición que implica algún exhorto o cualesquiera otra solicitud o declaración aprobada por el Pleno o por la Comisión Permanente, que deberá ser respondida por los poderes, órganos, dependencias, entidades o Alcaldías correspondientes en un plazo máximo de 60 días naturales, salvo en caso de urgencia se deberá resolver de manera inmediata. De no encontrarse en posibilidades de cumplir con lo solicitado se deberá remitir por escrito la causa justificada de la omisión;

XXIX. ... a LIV. ...”

**Énfasis añadido*

“Artículo 2. Para los efectos del presente reglamento se entenderá por:

I. ... a XXXVII. ...

XXXVIII. Punto de acuerdo: La proposición que implica algún exhorto o cualesquiera otra solicitud o declaración aprobada por el Pleno o por la Comisión Permanente, que deberá ser respondida por los poderes, órganos, dependencias, entidades o Alcaldías correspondientes en un plazo máximo de 60 días naturales, salvo en caso de urgencia se deberá resolver de manera inmediata. De no encontrarse en posibilidades de cumplir con lo solicitado se deberá remitir por escrito la causa justificada de la omisión;

XXXIX. ... a LI. ...”.

**Énfasis añadido*

“Artículo 100. Las proposiciones con punto de acuerdo tendrán por objeto un exhorto, solicitud, recomendación o cualquier otro que se relacione con la competencia del Congreso, pero que no sea materia de iniciativas, propuestas de iniciativas o de acuerdos parlamentarios. Toda proposición con punto de acuerdo deberá discutirse ante el Pleno conforme al siguiente procedimiento:

GS

I. ... a IV. ...”

**Énfasis añadido*

NOVENO. Que el artículo 5, fracción I, del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, se reconoce el derecho de los diputados a iniciar proposiciones:

“Artículo 5. Son derechos de las y los diputados:

*I. Iniciar leyes, decretos y **presentar proposiciones** y denuncias ante el Congreso;*

II. ... a XIII. ...”

**Énfasis añadido*

DÉCIMO. Que al no contar con las plataformas a que está obligada la ADIP, compromete la función y operatividad de las normas y, por ende, el alcance de los objetivos planteados en la Ley vigente; además de comprometer la certeza jurídica a los actores involucrados.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, someto a consideración de esta soberanía, el siguiente:

PUNTO DE ACUERDO

PRIMERO. El H. Congreso de la Ciudad de México exhorta a las persona titular de la Agencia Digital de Innovación Pública, para que de manera inmediata, dé cumplimiento a lo dispuesto en el **DÉCIMO CUARTO** transitorio de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, e implemente la Plataforma Digital de Publicidad Exterior, para que esté en condiciones de ser operada por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda.

SEGUNDO. El H. Congreso de la Ciudad de México exhorta a la persona titular de la Agencia Digital de Innovación Pública para que, una vez implementada la Plataforma Digital de Publicidad Exterior, se realice de forma inmediata realice la migración del padrón de empresas comercializadoras de publicidad a que se refiere el artículo 159 fracción I, de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México. Lo anterior en coordinación con la persona titular de la Secretaría de Movilidad. *GS*

Dado en el Salón de Sesiones del Recinto Legislativo de Donceles a los 23 días del mes de marzo de 2023.

ATENTAMENTE

Gaby Salido

DIP. MARÍA GABRIELA SALIDO MAGOS

CONGRESO DE LA
CIUDAD DE MEXICO