

Dr. Francisco Javier Soria López

Director de la División de Ciencias y Artes para el Diseño

UAM Xochimilco.

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

Ciudad De México

SECRETARIA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA SEDUVI

Dirección General de Asuntos Jurídicos.

Periodo: 1º agosto de 2018 Al 14 de febrero de 2019

Proyecto: Planeación ordenamiento y

políticas de regulación del

desarrollo urbano

Clave: XCAD000058

Responsable Del Proyecto: C. José Juan Quinto Ortega

Asesor interno: Mtro. Gerardo Álvarez Montes

Karen Georgina Razo González

Matricula: 2142038008

Licenciatura: Arquitectura

División De Ciencias Y Artes Para El Diseño

Tel: 55574447

Cel: 044 5588121359

Correo electrónico: karenrzglez@gmail.com

Introducción

A manera de antecedente se proporcionan algunos antecedentes generales de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México (SEDUVI) es una oficina de la administración pública dependiente de la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, que tiene a su cargo el diseño, coordinación, reordenación, promoción inmobiliaria, la vigilancia y aplicación de la política urbana de la Ciudad

Entre sus funciones están: la planeación urbana de la ciudad –que incluye la orientación de su crecimiento–, la recuperación de espacios públicos, reactivación de zonas en desuso, protección y conservación del paisaje urbano y la promoción de la construcción de vivienda social autosustentable. Tales tareas buscan el desarrollo competitivo de la ciudad, así como fomentar proyectos que tengan un impacto positivo en la calidad de vida de los habitantes de la Ciudad de México.

Así mismo, la secretaría tiene funciones más específicas como las siguientes:

- Proponer, coordinar y ejecutar las políticas en materia de planeación urbana y evaluar los programas en esta materia.
- Formular, coordinar y evaluar el Programa General de Desarrollo Urbano de la Ciudad de México.
- Elaborar los programas delegacionales y parciales de desarrollo urbano.

- Revisar y determinar los estudios de impacto urbano, así como la expedición y revocación de las licencias de uso del suelo, cuando se trate de obras de impacto urbano y ambiental.

Objetivo general

El programa "planeación, ordenamiento y políticas de regulación del desarrollo urbano" plantea el apoyo a los programas delegacionales y parciales de desarrollo urbano, revisión de leyes y reglamentos, apoyar en la elaboración de planos de zonificación y normas de ordenamiento y en el análisis de elaboración de dictámenes de polígonos de actuación.

Objetivo particular

Fui asignada a un área de SEDUVI denominada la dirección general de asuntos jurídicos (DGAJ), dentro de esta, formé parte de la unidad de verificación y calificación a cargo del Lic. Arturo Castro Del Valle, la cual estuvo a cargo de **llevar las actividades del programa de retiros voluntarios y reordenamiento de publicidad exterior, publicado el 12 de noviembre de 2012.**

El reordenamiento exige dar cumplimiento a la normatividad establecida en la ley de publicidad exterior del distrito federal (hoy ciudad de México), así como analizar los nuevos nodos publicitarios con un enfoque de sustentabilidad en el entorno urbano.

La propuesta del programa de retiros voluntarios de anuncios, plantea en una primera etapa, considera a los anuncios tipo azotea y los anuncios tipo adosados, por estar expresamente prohibidos por la Ley antes mencionada, y porque, como las propias empresas de publicidad exterior tienen conocimiento desde el año 2010, fecha de publicación de la Ley de Publicidad Exterior, estos anuncios debían ser retirados con la instauración del reordenamiento de la publicidad exterior.

A su vez, la segunda etapa del reordenamiento es la instalación de anuncios en los nodos publicitarios autorizados por el propio Consejo de Publicidad Exterior, una vez que se cuente con un proyecto que no solo sirva para la colocación de la publicidad exterior, sino también que genere beneficios para el entorno urbano y para la propia Ciudad de México.

Actividades realizadas

Las actividades que se realizaron dentro de la unidad de verificación fueron las siguientes:

Realización de formatos de autorización de cambio de domicilio o modalidad (ver fig. 1) el cual consistía en el análisis de los anuncios de azotea actualmente instalados, los cuales, como se mencionó anteriormente ya no están permitidos por la ley de publicidad exterior del Distrito Federal (hoy Ciudad de México), por esta razón se propuso un acuerdo en el que la licencia asignada a los anuncios de azotea podrían ser asignados a un anuncio dentro del mismo predio con una modalidad

diferente, es decir, autosoportado, o bien un cambio de domicilio en un predio donde pueda instalarse un anuncio autosoportado. El procedimiento para realizar estos formatos era el siguiente:

Recolectar los datos generales del anuncio: se consultaba el padrón de anuncios, el cual es una base de datos en la que se pueden consultar los datos del anuncio como, número consecutivo, nombre de la empresa código alfanumérico y tipo de anuncio, y el domicilio, posteriormente, los datos de ubicación, tipo de vía, ya sea primaria secundaria o corredor publicitario, dirección catastral que se obtiene a través del sistema de información geográfica (SIG)(ver fig. 2), se anexaba el número de acuerdo en caso de existir alguno, y finalmente se llevaba a cabo el análisis técnico en el cual se realizaba vía Google Maps al predio donde se encontraba el anuncio de azotea y se determinaba si existía la posibilidad de instalar un anuncio autosoportado el cual requería según la ley de publicidad exterior de La Ciudad de México, un espacio libre en planta baja sin invadir vanos, si este predio no disponía de las características se permitía el ingreso de la solicitud de reubicación del anuncio en el que se realizaba el mismo análisis y se determinaba si era o no posible dicha reubicación. A partir de este formato el jefe de la unidad podía concretar los acuerdos pertinentes con las empresas publicitarias para así lograr el cumplimiento del programa de reordenamiento de la Ciudad de México.

Por otro lado se realizaba la revisión de carpetas de ingreso de anuncios denominativos, la revisión consistía en determinar si el anuncio solicitado se adecuaba a los lineamientos establecidos por la ley y el reglamento de publicidad exterior de La Ciudad de México, las solicitudes se verificaban mediante una serie de requisitos publicados en la página web de SEDUVI (ver fig. 3) las características, dimensiones, materiales, características generales datos y elementos en la presentación de los planos requeridos, establecidos en los artículos 15 al 30 referentes a los anuncios denominativos, el paquete de documentación técnica debía de cumplir con las siguientes características:

Planos acotados y a escala: de plantas y alzados, Estructurales, tratándose de autosoportados y pantallas electrónicas, de instalación eléctrica e iluminación.

Los planos debían incluir diseño, materiales estructurales, acabados, color, texturas, dimensiones y especificaciones técnicas del anuncio, así como una fotografía del inmueble. A su vez, los pies de plano correspondientes deben contener croquis de ubicación del anuncio, escala gráfica, fecha, nombre del plano y su número, nombres y firmas de la persona solicitante, director o Directora Responsable de Obra y, en su caso, Corresponsable.

Perspectiva o render de la edificación, en la que se considere también el anuncio.

una vez revisado y verificado que todos los lineamientos del área técnica se cumplen, se procedía a entregarlo al área de revisión jurídica en donde los abogados de dicha área realizaban la revisión de todo el expediente para corroborar los requisitos correspondientes.

Metas alcanzados

- Se logró la realización de las solicitudes de cambio de modalidad y reubicación logrando que el jefe de unidad departamental estableciera los acuerdos pertinentes con las empresas publicitarias.
- Se lograron aprobar o denegar los ingresos de las solicitudes de anuncios denominativos.
- Conocer aspectos jurídicos en materia de urbanismo, relativa a la regulación de publicidad exterior, contenidos en la ley y el reglamento de publicidad exterior. Esto es muy importante ya que se busca controlar la contaminación visual de la ciudad para conservar su imagen urbana; así mismo, la seguridad estructural en esta materia es indispensable debido a que se debe determinar si un anuncio pone en riesgo las edificaciones.

Resultados y conclusiones

Realizar el servicio social en esta dependencia me dejó un aprendizaje importante en materia de gestión sobre asuntos jurídicos y publicitarios, así

como aplicar la normatividad de los reglamentos y leyes de publicidad exterior en las solicitudes de ingresos y así poder diseñar propuestas arquitectónicas o anuncios que estén dentro de la norma y como conclusión puedo mencionar que es sumamente importante para el correcto desarrollo de la urbe el ordenamiento de publicidad exterior, tanto para conservar la imagen urbana así como para seguridad, ya que el sismo de septiembre de 2017 marcó una gran pauta para normar en muchos aspectos la seguridad estructural tanto de construcciones y en este caso de la estructura de los anuncios.


Recomendaciones

Recomiendo esta institución para realizar servicio social, porque puedes desarrollar tu profesión en situaciones y problemáticas reales, ya que al ser una institución tan grande como esta secretaria, te permite conocer y aprender de muchas personas con distintas profesiones, logrando soluciones en conjunto.

Bibliografía y/o Referencias Electrónicas


<https://www.seduvi.cdmx.gob.mx>

Figura 1



CDMX
CIUDAD DE MÉXICO

Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda



SEDUVI

FORMATO PARA TRANSFORMACION DE AZOTEA



INFORMACION DEL PADRON:							
N° de registro consecutivo:	Nombre de la persona moral o física / empresa:	Expediente completo:	Código alfa Numérico:	Status:	Número de elementos publicitarios y vistas:	Situaciones externas y observaciones:	
1575	SHOWCASE PUBLICIDAD, S.A DE C.V.	<input checked="" type="radio"/> NO <input type="radio"/> SI	06 78LWA71X	Instalado	1 Anuncio, 1 cara	El anuncio invade espacio vial en la vía pública. No es factible su transformación a autoportado por el espacio del predio.	
UBICACIÓN DEL ANUNCIO:							
Calle:	N° exterior:	Manzana y lote:	Entre calles o calle más próxima:	Colonia:	C.P.:	Delegación:	Tipo de vía:
Coatepec	41	Haga clic aquí para escribir texto,	Viaducto miguel alemán y bajo	Roma Sur	06760	Cuauhtémoc	Vía primaria
MODIFICACIÓN DE PADRÓN:							
Acuerdo:	N° de acuerdo:	Fecha:	Firma:	Documentos originales del acuerdo:	Cuenta catastral:		
<input type="radio"/> SI <input checked="" type="radio"/> NO	Haga clic aquí para escribir texto,	Haga clic aquí para escribir una fecha.	Haga clic aquí para escribir texto.	<input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO	010_243_17		
		Haga clic aquí para escribir una fecha.	Haga clic aquí para escribir texto.	<input type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO			
IMAGEN ACTUAL DEL PREDIO:			IMAGEN ESQUINA MAS PROXIMA DE REFERENCIA:				
							
SEÑALAR LA DISTANCIA A LOS ANUNCIOS MAS CERCANOS EN AMBAS ACERAS Y FLANCOS:							
Se observan 9 anuncios a: 35m, 38m, 60m, 69m, 87m, 93m, 145m, 160m, y 170m aproximadamente.							

Figura 2

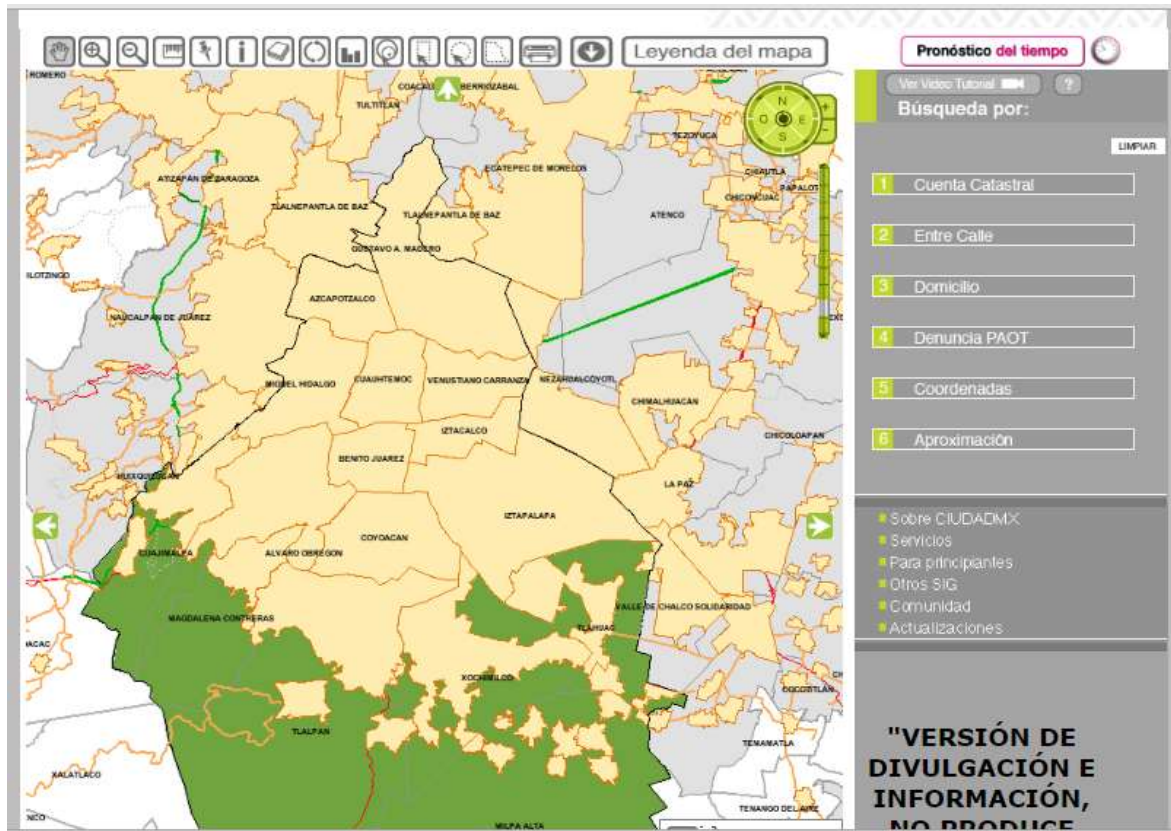


Figura 3

Licencia de Anuncio Denominativo

Unidad normativa: **SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA**

La licencia de Anuncios Denominativo permite a una persona física o moral instalar un anuncio que contenga una denominación, logotipo o emblema y eslogan con los que se identifica la edificación o local comercial donde se desarrollo la actividad que corresponda al anuncio.

Este trámite lo realiza:

Persona física o moral. Es el interesado en obtener la Licencia de Anuncio Denominativo, para identificar y dar a conocer su empresa, oficina, establecimiento o local comercial.

A continuación, se anexa uno de los dictámenes de revisión de solicitud de anuncio denominativo



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA
DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS JURÍDICOS

Ciudad de México a, 17 de enero de 2019

OFICIO: SEDUVI/DGAJ/CSJT/ /2018

Asunto: Dictamen técnico de la Carpeta
FOLIO DE TRAMITE 66744-171GODA18
de anuncio denominativo

LIC. ARTURO CASTRO DEL VALLE
J.U.D DEL REORDENAMIENTO DE
LA PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA
SECRETARÍA DE DESARROLLO
URBANO Y VIVIENDA
P R E S E N T E

De acuerdo a la información técnica recibida, respecto a la carpeta de solicitud de licencia de anuncio denominativo adosado a fachada con la denominación "CINEPOLIS", se tomó en cuenta para revisión el conjunto de 1 plano y un cd con la información en formato digital.

Al respecto, le comunico que el expediente 66744-171GODA18, cumple con la totalidad de los requisitos establecidos en los artículos 15, 16, 17, 19, 20, 21 y 85 del Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal (hoy Ciudad de México), a continuación, se anexan los artículos antes mencionados con las fracciones e incisos que son aplicables a la solicitud presentada.

Artículo 15. Fracciones I, II, y V

En la instalación de anuncios denominativos se observarán las siguientes reglas generales:

- I. Sólo podrán instalarse en la edificación donde se desarrolle la actividad que se anuncia
- II. El anuncio denominativo sólo podrá contener cualquiera de los siguientes elementos:
 - a) Una denominación y un logotipo o emblema
- V. Por cada anuncio denominativo deberá obtenerse una licencia



La denominación presentada coincide con un logotipo "CINEPOLIS" y un LOGOTIPO los cuales son permitidos en el reglamento como un anuncio denominativo por lo tanto **cumple** con el artículo 15.





Artículo 16.

En los establecimientos mercantiles y en las oficinas particulares y públicas, no se podrán instalar:

- I. Mensajes adicionales a la denominación y al eslogan correspondiente.
- II. Detalles o promociones de productos o servicios.
- III. Marcas de productos o servicios, se encuentren o no registrados en términos de la Ley de Propiedad Industrial.
- IV. Anuncios pintados o adheridos al vidrio de los escaparates o ventanales.



El anuncio presentado se aprecia como un anuncio adosado a muro, lo cual es permitido, respeta las fracciones antes mencionadas, ya que no se aprecian mensajes adicionales a la denominación ni publicitar promociones o servicios, o marcas no registradas se presentan instalados sobre un elemento sólido elaborado con paneles de fibrocemento, por lo tanto, cumple con todas las fracciones del artículo 16.





Artículo 19.

Tratándose de las edificaciones cuya altura sea inferior a diez niveles, el anuncio denominativo podrá instalarse en la fachada, en cualquiera de las siguientes modalidades:

I. El anuncio podrá tener la longitud de la fachada y una altura de hasta la cuarta parte de la altura de la planta baja, siempre que la parte superior del anuncio no rebase la cubierta de la planta baja y que el anuncio no cubra vano alguno;

II. Cuando en la planta baja no exista un macizo en la parte superior de los vanos, el anuncio se podrá instalar en cualquier muro de la fachada en planta baja, siempre que se observen las dimensiones de la fracción I del presente artículo;

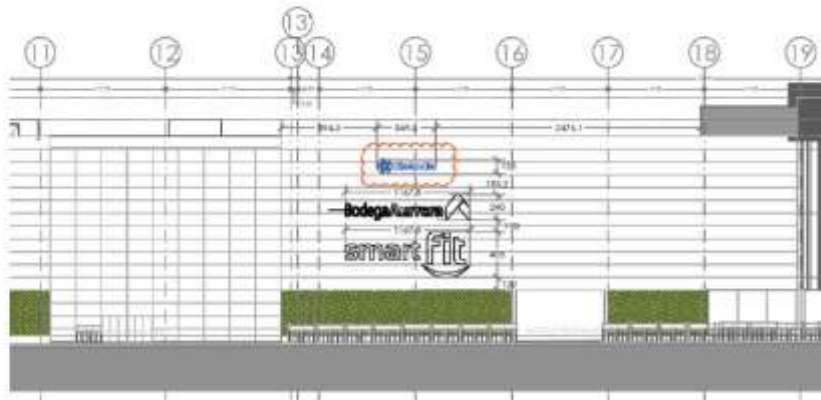
Artículo 20.

Cuando la edificación tenga una altura mayor a un nivel, pero inferior a diez niveles, el solicitante de la licencia podrá optar por una de las siguientes modalidades:

I. Instalar el anuncio en la planta baja o en el primer piso, de conformidad con lo dispuesto en el artículo inmediato anterior, y

Artículo 21. Tratándose de las edificaciones cuya altura sea de diez o más niveles, el anuncio denominativo podrá instalarse:

I. En la planta baja de la edificación, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 20;





Artículo 17.

En las edificaciones podrá instalarse uno de los siguientes tipos de anuncios denominativos, a elección del solicitante de la licencia correspondiente:

- I. Adosado a la fachada;
- II. Letras adosadas a la fachada;
- III. Letras separadas sobre marquesinas;
- IV. Integrado a la fachada
- V. Pintado en la fachada.



El anuncio solicitado coincide con un anuncio adosado, ya que se presenta sobre un elemento que forma parte de la fachada principal del predio, elaborado con estructura de PTR y paneles de fibrocemento, por lo tanto, **cumple** con el artículo 17.





Con fundamento en el artículo 19, 20 y 21 del Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal (hoy Ciudad de México), los cuales determinan las dimensiones del anuncio permitidas de acuerdo al número de niveles y altura de la planta baja del edificio, se determina que cumple con los porcentajes permitidos ya que no excede dichas dimensiones.

la altura total de la planta baja mide **5.5m**, dimensión que se divide entre 4 da como resultado **1.37 m** que es la altura máxima permitida para el anuncio adosado, al tener el anuncio en cuestión una altura de **135cm**, es una dimensión permitida por lo tanto si **cumple** con lo determinado en el Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal (hoy Ciudad de México).

Artículo 25.

En ningún caso podrán instalarse anuncios denominativos:

- I. Cuyo nivel superior rebase la cubierta de la planta baja.
- II. Que obstruyan uno o más vanos.
- III. En las azoteas o pretiles de las edificaciones.
- IV. Pintados en la superficie mayor de un toldo.

Con base en el render presentado por el solicitante, se puede apreciar que no rebasa el nivel de la planta baja, no obstruyen vanos, no se presentan instalados en los pretiles y no están pintadas, por lo tanto, **cumple** la totalidad del artículo 25.



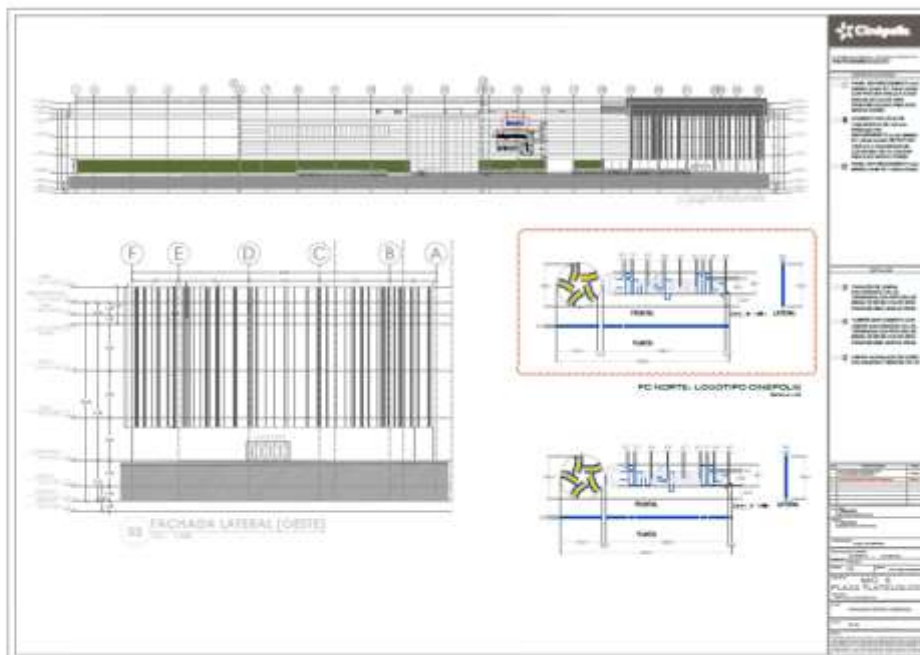


Artículo 85. El expediente técnico del anuncio, que se acompañe a la solicitud para el otorgamiento de una licencia de anuncio denominativo, deberá integrarse por la siguiente información y documentos:

- I. Croquis de ubicación del predio donde se pretenda instalar el anuncio, en el que se indiquen las calles y datos de orientación necesarios.
- II. Tipo de anuncio: autoportado, adosado, sobre marquesina, integrado o pintado.
- III. Dimensiones del anuncio.
- V. Tipo y material del anuncio.
- VI. Cálculos estructurales y memoria estructural, tratándose de autoportados.
- VII. Planos acotados y a escala.
 - a) De plantas y alzados.
 - b) Estructurales, tratándose de autoportados.
 - c) De instalación eléctrica, en su caso.
 - d) De iluminación, en su caso.
- VIII. Perspectiva o render de la edificación, en la que se considere también el anuncio de que se trate.

Los planos previstos en el presente artículo, incluirán materiales estructurales, acabados, color y texturas. A su vez, los pies de plano correspondientes contendrán croquis de ubicación del anuncio, escala gráfica, fecha, nombre del plano y su número, nombres y firmas del solicitante, Director Responsable de Obra, y en su caso, Corresponsable.





- 1.- No se presenta croquis de ubicación del predio
- 2.-El único plano entregado presenta alzados donde se puede observar la localización del anuncio, faltan planta de conjunto del predio donde se ubique el anuncio, y plano de iluminación.
- 3.-Corregir pies de plano con los elementos solicitados.





GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA
DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS JURÍDICOS

FOTOGRAFÍA DEL ESTADO EN EL CUAL SE ENCUENTRA EL INMUEBLE



El render y la fotografía del estado actual cumple con lo requisitado.

Conclusión: Tomando en cuenta lo anterior se dictamina que la información de la carpeta presentada con el folio de trámite: **66744-171GODA18**, se encuentra dentro de los términos que dictan La Ley y El Reglamento de Publicidad Exterior del Distrito Federal (hoy Ciudad de México)

Sin embargo no cumple con todas las características técnicas requisitadas en el Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal (hoy Ciudad de México)

Sin otro asunto en particular, reciba un cordial saludo.

ATENTAMENTE

ARQ. KAREN GEORGINA RAZO GONZALEZ

