



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA  
UNIDAD XOCHIMILCO

Arq. Francisco Haroldo Alfaro Suárez  
Director de la División Ciencias y Artes Para el Diseño

*INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL*

*SECRETARIA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA  
Subdirección de Publicidad Exterior y Mobiliario Urbano*

*Periodo: 01-11-2021 a 06-01-2023*

*Proyecto: “Planeación, Ordenamiento y Políticas de Regulación del Desarrollo Urbano”*

*Clave: XCAD000058*

*Responsable de proyecto: C. Juan Quinto Ortega*

*Asesores:*

*Dr. Carlos Alberto Mercado Limones  
Departamento Teoría y Análisis, UAM-X.*

*Dra. Andrea Alvear Aceves*

*Subdirección de Publicidad Exterior y Mobiliario Urbano, SEDUVI.*

*Alumno: Magdely Gómez Medina*

*Matrícula: 2142037798*

*Licenciatura en Arquitectura*

*División de Ciencias y Artes para el Diseño*

*e-mail: 2142037798@egresados.xoc.uam.mx*



*Ciudad de México, 29-diciembre-2023*

## *Dedicatoria*



*Para Alex,  
Deseándote todo el éxito en tu formación académica,  
Que llegues hasta aquí y logres aún más.  
recordándote que el conocimiento es el mejor regalo y que  
ite espera toda una vida por delante!*

*A Mamá Costa,  
mi ángel guardián...*

## Agradecimientos



*A mis asesores,  
por la oportunidad, por su infinita paciencia, por su apoyo constante  
en el seguimiento a las actividades realizadas y la revisión del presente documento.*

*A Gio, Janeth y Elena,  
personal de SEDUVI que siempre estuvieron atentas en mis actividades,  
explicando temas, resolviendo dudas y aportando a mi formación.*

*A Juan Quinto,  
Por la enorme paciencia y seguimiento para la conclusión del proyecto.*

*A mi madre, a Yuri y Adrian,  
por la paciencia y su apoyo incondicional,  
por el cariño y la confianza que me tienen,  
por creer en mí.*

*Para Ángel,  
por tanto amor, por su inmenso cariño,  
por estar siempre a mi lado apoyándome,  
por alentarme a ser mejor y seguir en el camino  
hasta llegar y cumplir mis metas.*

Introducción	5
Marco teórico	6
La publicidad	6
Objetivos de SEDUVI	10
Funciones de SEDUVI	10
Publicidad Exterior de la Ciudad de México	11
Corredores y nodos publicitarios	12
El anuncio	13
Tipos de anuncios publicitarios	13
Anuncio denominativo	13
Anuncio autoportado	14
Vallas y tapiales	15
Anuncios de información cívica y ética, de propaganda institucional y electoral	16
Objetivos	17
Metodología utilizada	18
Actividades realizadas	21
Selección de información para trípticos informativos	21
Captura de imágenes cuadrante Zona Rosa	21
Identificación de anuncios publicitarios	22
Revisión de los registros en el Padrón de Anuncios Publicitarios-2015	22
Mapeo de anuncios de tipo vallas publicitarias	23
Mapeo de anuncios publicitarios, de tipo adosado a muro	24
Mapeo de anuncios publicitarios, de tipo autoportado	24
Mapeo de anuncios publicitarios, de tipo azotea	24
Elaboración de matriz de anuncios publicitarios ilegales	24
Revisión de bases de datos de anuncios publicitarios instalados	25
Revisión de bases de datos de anuncios publicitarios a retirar	25
Cambios de modalidad	26
Cumplimiento de la nueva Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México	27
Visita a campo para el levantamiento de anuncios publicitarios	27
Análisis y revisión de MUPIS, relojes digitales	27
Análisis y revisión de MUPIS, emplazamientos ECOBICIS	28
Informe de actividades ante INVEA	29
Objetivos y metas alcanzadas	30
Resultados y conclusiones	31
Recomendaciones	32
Bibliografía y referencias bibliográficas	33
Anexos	34

## Introducción



El presente documento tiene como objetivo mostrar el trabajo realizado durante el periodo de servicio social, atendiendo el tema de la Publicidad Exterior en la Ciudad de México, a lo largo del texto se concibe qué es la publicidad y su evolución histórica, los medios de expresión que la conforman, las actividades realizadas y los resultados obtenidos; de tal modo que esta información sirve como referencia en la consulta y elección del proyecto a otros compañeros de la División de Ciencias y Artes para el Diseño (CyAD), respondiendo a la colaboración e importancia del servicio social en el desarrollo profesional, como el medio que nos asegura la consolidación de todos los conocimientos adquiridos.

El apoyo proporcionado durante el periodo de servicio social lo realicé en la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI) dependencia encargada de diseñar, coordinar y aplicar la política urbana de la Ciudad de México, va orientada a la planeación de su crecimiento, recuperación de espacios públicos, reactivación de zonas en desuso, protección y conservación del paisaje urbano y promoción de la construcción de vivienda social autosustentable, para así lograr el desarrollo competitivo de la ciudad e influyendo en la calidad de vida de los habitantes.

La principal razón por la que elegí SEDUVI fue que durante el curso de mi carrera profesional siempre me llamó la atención todo lo que implica reglamentos y la importancia de cumplir con la normativa para construir una mejor ciudad. Además, considero que la vivienda digna para cada persona que conforma la sociedad es un derecho y las leyes que salvaguardan la seguridad e integridad de las personas deben de respetarse y cumplirse para llevar al desarrollo urbano de manera responsable.

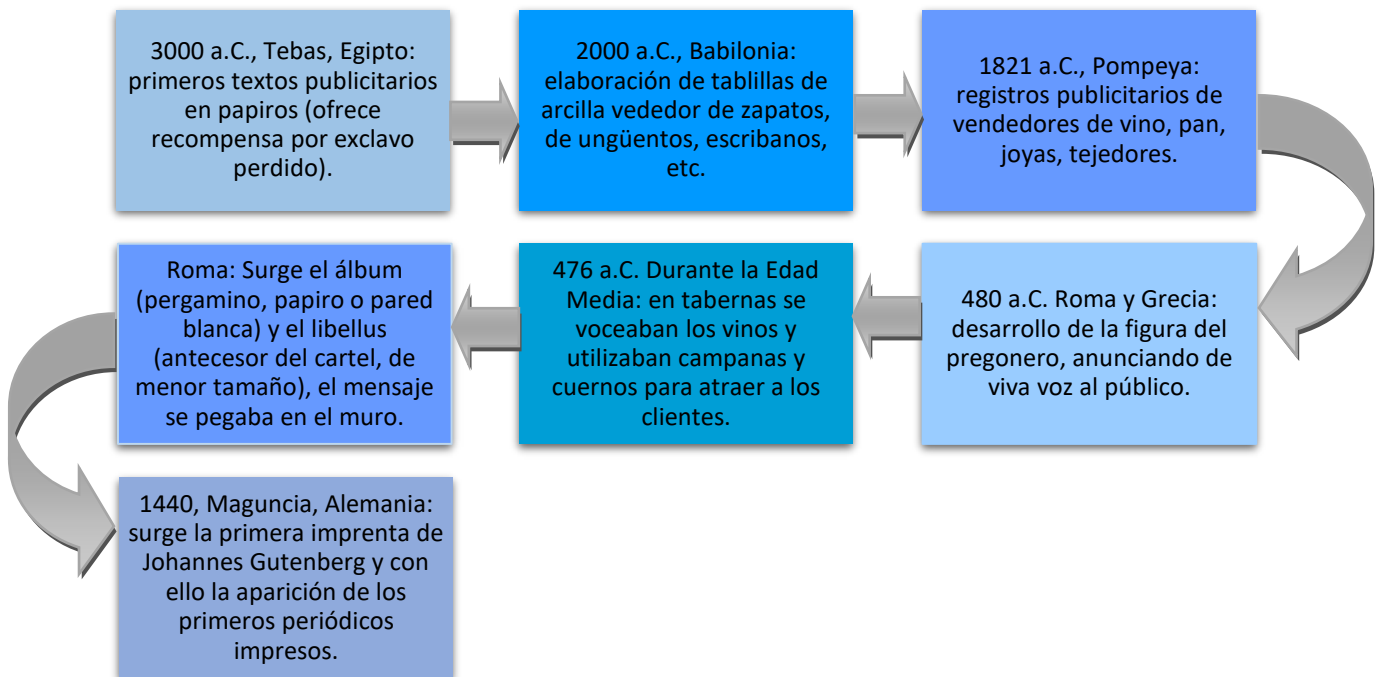
Como egresada de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco (UAM-X) y profesional en el diseño y construcción de espacios arquitectónicos que toma en cuenta el contexto social y sus necesidades, al conocer el Reglamento de Construcciones de la Ciudad de México así como las distintas normas que rigen la construcción de las edificaciones pude integrarme y desarrollarme en equipos multidisciplinarios para fortalecer los resultados de las problemáticas a resolver, brindando apoyo en el análisis de los distintos elementos de los medios publicitarios, en la elaboración de material gráfico para que la sociedad se mantenga informada acerca de las nuevas leyes y cuál es el proceso correcto sobre cómo deben de realizar sus trámites.

En la Ciudad de México, como en otras capitales de acelerado desarrollo, donde la publicidad nos dice qué comer, cómo vestir, cómo pensar y marca las pautas en el desarrollo personal ya que influye en las relaciones sociales, aunado a la transformación que se ha visto en las ciudades durante el proceso histórico y que son intervenidas por los grandes anuncios que llegan a ocupar muchas veces más de la mitad de los muros de un edificio; en otros llegan a cubrirlos por completo violando las normas establecidas. Así, los grandes espectaculares son la razón, en ocasiones, de accidentes, ante ello surge la necesidad de modificar las reglas para mitigar el impacto visual lo que permite desarrollar nuevas políticas y leyes que garanticen la seguridad de los ciudadanos (Breva, 2008).

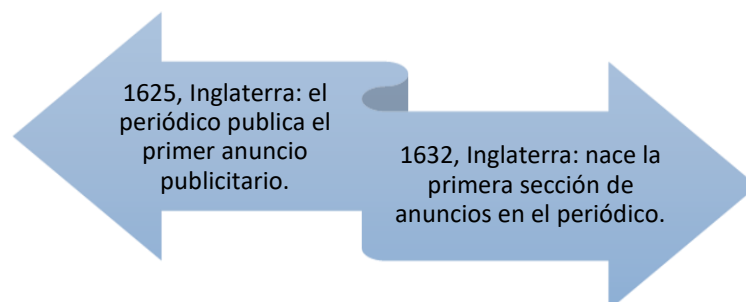
## La publicidad

La Real Academia Española (RAE) define el término publicidad como la divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc. Así mismo, se define como el conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos (Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.a ed., (versión 23.7 en línea). <<https://dle.rae.es>> Consultado 23-julio-2023).

A lo largo de la historia, la creación de productos por comerciar exige la necesidad de comunicar la existencia de estos para atraer a más personas y convencer acerca de sus cualidades, iniciando con las expresiones orales hasta los gráficos de hoy en día. A continuación, se realiza un breve recorrido de la evolución que ha tenido la publicidad (Eguizabal, 1998):



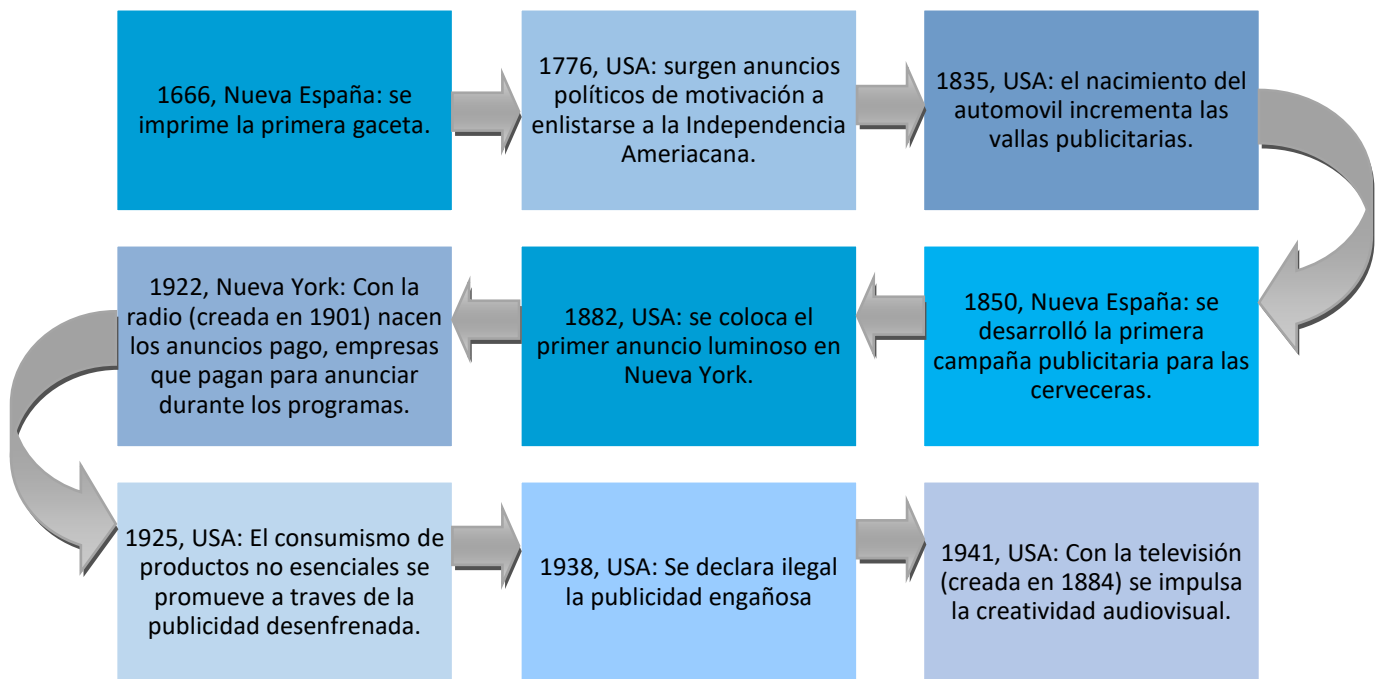
La imprenta permitió la difusión más extensa de los mensajes publicitarios y con la aparición de nuevas ciudades, la publicidad se consolida como instrumento de comunicación.



La publicidad no tenía lenguaje persuasivo, la intención era presentar el producto o servicio a los espectadores.

Finales del siglo XVIII, durante la Revolución Industrial: aparecen los primeros agentes publicitarios.

La publicidad empieza a desempeñar un papel de incentivo al consumo de los bienes que se producen.



La publicidad pasa a ser el motivo de estudios, investigaciones y críticas, con la finalidad de evaluar el impacto que tiene en la sociedad.

1991, USA: El internet da espacios de divulgación en buscadores, blogs, e-mails y redes sociales; con el marketing digital para comprender al público objetivo y desarrollar estrategias para atenderlo, la publicidad se centra en alcanzarlo con una comunicación eficiente.

A partir de la década de los 90's, con el desarrollo de la web, el mejoramiento de la computadora, la aparición de distintos dispositivos digitales, creación de aplicaciones, evolución de los dispositivos para escuchar y descargar música, difusión de artistas y cantantes, presentación de actores y deportistas, permite a los anunciantes llegar a más consumidores, principalmente en línea. La aparición de nuevos servidores, sistemas de pago, la evolución de las redes sociales da a los anunciantes nuevas formas de publicidad en noticias y actualizaciones en tiempo real; las campañas presidenciales cambian la forma en la que los políticos utilizan la publicidad en línea; aparecen los bloqueadores de anuncios en la web lo que obliga a los anunciantes a replantear las estrategias publicitarias, las modificaciones a los acuerdos de privacidad también cambian la forma en que los anunciantes recopilan y utilizan los datos de los consumidores (Baladrón, 2007).

Recientemente la pandemia por COVID en el año 2019 acelera la transición hacia la publicidad digital; sin embargo, aún existen en las calles elementos publicitarios que alteran e invaden la imagen urbana por lo que varias ciudades alrededor del mundo empiezan a crear leyes para su regulación y exigen ciudades limpias.

- En Francia se creó la Ley Sapin, destinada al control de la transparencia y persecución de la corrupción en la industria publicitaria (Zarate, 2018).
- En Portugal se aplica un impuesto a las campañas que se difunden solo a través de medios audiovisuales (radio, televisión, cine, etc.) con excepción de la prensa (Urquijo J., 2019, ¿Conoces la legislación publicitaria en cada país? Recuperado de <http://www.elpublicista.es/articulos/conoces-legislacion-publicitaria-cada-pais> Consultado 23-diciembre-2023).
- En Japón no se pueden utilizar adjetivos superlativos (decir que un producto es “el mejor”, se puede calificar como “bueno” si es acompañado de un estudio realizado en el exterior del país). En las campañas publicitarias se aplica un impuesto del 5 % (Urquijo J., 2019, “¿Conoces la legislación publicitaria en cada país?” Recuperado de <http://www.elpublicista.es/articulos/conoces-legislacion-publicitaria-cada-pais> Consultado 23-diciembre-2023).
- Reino Unido realiza prohibición de anuncios que perpetúen roles de género (asumir que las tareas del hogar solo las realizan las mujeres) y se decidió vetar publicidad engañosa (Tubella P., 2017, “Reino Unido prohibirá los anuncios que fomenten los estereotipos de género” Recuperado de [http://elpais.com/internacional/2017/07/19/actualidad/1500477792\\_829457.html?outputType=amp](http://elpais.com/internacional/2017/07/19/actualidad/1500477792_829457.html?outputType=amp) Consultado 23-diciembre-2023).
- En Estados Unidos, la Comisión Federal de Comercio supervisa el cumplimiento de las leyes de publicidad teniendo como principales aspectos la publicidad en niños, uso de avales en comunicación, afirmaciones de salud y medio ambiente (Comisión Federal de comercio, s.f., Acerca de la FTC Recuperado de <https://www.ftc.gov/es/acerca-de-la-ftc/lo-que-hacemos> Consultado 23-diciembre-2023).

En cuanto a la publicidad exterior se refiere específicamente:

- En 1920, en Hawái, Estados Unidos se limitaron las vallas publicitarias; Nebraska, Maine y Alaska también presentaron restricciones.
- En 1967, el estado de Vermont en Estados Unidos acordó la prohibición de vallas publicitarias como medida protectora del entorno.



- Desde 1975 en Oregon no se permite nuevas instalaciones de vallas publicitaria. El mismo caso se presentó en 1990, en Rhode Island, Colorado Springs, Denver, Philadelphia, Portland, Seattle, Tampa, Washington, entre otros.
- En París, Francia las vallas publicitarias están prohibidas en Champs Elisée y en los alrededores del casco urbano.
- En Florencia, Italia a McDonald se le prohibió colocar su cartel corporativo por no respetar la fisonomía arquitectónica de la ciudad.
- Desde el año 2000 en Atenas, Grecia se retiraron la mayor parte de los anuncios que colapsaban la ciudad para ofrecer a los turistas de los Juegos Olímpicos 2004 una mejor imagen urbana, limpia y atractiva.
- Durante 2003 en Costa Rica, se presentó el proyecto de ley denominado Ley Contra la Contaminación Visual, con el objetivo de recuperar la calidad del paisaje afectado y la proliferación desmedida de rótulos y carteles.
- En Buenos Aires, en 2006 se creó la Dirección de Recuperación de Espacios Públicos (Recep), unidad que tiene como función recorrer la ciudad y supervisar el impacto visual.
- En la ciudad de Madrid, en 2006 se aprueba una ordenanza para acabar con la contaminación visual en la vía pública, la normativa pretende que la ciudad no se convierta en un escaparate descontrolado, caótico y desordenado que afecte el paisaje urbano con el objetivo de proteger los valores y la sostenibilidad del mismo, la normativa se limita al tamaño de carteles, la colocación de lonas publicitarias en fachadas y la circulación de vehículos publicitarios.
- El caso más exitoso es en Brasil (Sao Paulo) a finales del año 2006, con el objetivo de acabar con la polución visual, conservar el paisaje, la estética e imagen urbana de la ciudad y dar inicio a un plan integral de eliminación de contaminantes visuales, se aprobó la Ley de Ciudad Limpia como una normativa que pretende liberar de forma radical la publicidad exterior. Esta Ley reconoce abiertamente que la ciudad ideal para vivir es una ciudad sin publicidad. Por primera vez, en una gran ciudad se reconocieron los efectos contaminantes e insanos de la publicidad y se toman medidas legales y efectivas para descongestionar la ciudad de los excesos publicitarios (Olivares F., 2009, "Cidade limpa" y la contaminación publicitaria en la ciudad Recuperado de <http://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/download/2774/2386> Consultado 23-diciembre-2023).

En México, es SEDUVI, a través de la Subdirección de Publicidad Exterior y Mobiliario Urbano quien se encarga de regular la publicidad exterior en la Ciudad de México.

- Durante 2022, se aprobó la nueva Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México que tiene como objetivo regular la instalación de publicidad exterior para garantizar la protección, conservación, recuperación y enriquecimiento del paisaje urbano, de la Ciudad de México; declara en su artículo 1, que los habitantes tienen el derecho a desarrollarse en un entorno natural y urbano armónico que propicie una mejor calidad de vida (Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, 2022, Artículo n.º1, Recuperado de [http://paot.org.mx/centr/leyes/df/pdf/2022/LEY\\_PUB\\_EXT\\_CDMX\\_06\\_06\\_2022.pdf](http://paot.org.mx/centr/leyes/df/pdf/2022/LEY_PUB_EXT_CDMX_06_06_2022.pdf) Consultado 23-diciembre-2023).

La actualización de la normativa considera los siguientes puntos importantes:

- Retiro de todos los anuncios de tipo azotea para prevenir el riesgo de colapso en las edificaciones y daños a las viviendas. Se declara que el costo del retiro de cada anuncio corresponderá a la empresa publicitaria.

- Evitar la instalación de nuevos anuncios autosoportados adicionales a los ya existentes en el Padrón de Anuncios Publicitarios-2015.
- Se dicta la existencia de un Registro de Publicistas y un Catálogo de Medios Publicitarios (Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, 2023, Notas. Recuperado de <http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/presenta-seduvi-la-plataforma-digital-de-publicidad-exterior-de-la-ciudad-de-mexico-para-anunciantes-marcas-y-publicistas#:~:text=Con%20la%20Ley%20de%20Publicidad,el%20paisaje%20urbano%20y%20ambiental> Consultado 23-diciembre-2023).

## *Objetivos de SEDUVI*

- Contribuir al diseño de una política pública de cohesión territorial para un desarrollo equilibrado y justo de la Ciudad de México, con sustentabilidad e inclusión social.
- Contar con procesos de innovación de los instrumentos de planeación, administración y financiamiento del desarrollo urbano, en correspondencia con el ordenamiento territorial de la Ciudad de México y con la participación de la sociedad.
- Generar información territorial y urbana que contribuya a la toma de decisiones e incremente la participación efectiva de la sociedad para una ciudad inclusiva, segura, resiliente y sostenible.
- Participar en la protección del patrimonio cultural y natural, e incidir en el rescate del espacio público y de zonas habitacionales marginadas.
- Incidir desde el ámbito de la política urbana en las acciones tendientes a la mitigación y adaptación al cambio climático y la resiliencia ante los desastres naturales y antropogénicos.
- Promover la ejecución de acciones interinstitucionales tendientes al ordenamiento territorial y al desarrollo urbano en el ámbito metropolitano.
- Contar con una política de suelo y fomento de la vivienda social, segura y sostenible (Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, s.f., Objetivos. Recuperado de <https://www.seduvi.cdmx.gob.mx/secretaria/acerca-de> Consultado 23-julio-2023).

## *Funciones de SEDUVI*

- Cuenta con instrumentos diversos para la planeación y gestión en materia urbana de la Ciudad de México.
- Se actualizan programas y normativa que fundamenta su actuación para guiar el Desarrollo Urbano, de acuerdo a la dinámica, transformación y necesidad del Uso del Suelo.
- El Consejo de Desarrollo Sustentable, integrado por especialistas, consultores, académicos y servidores públicos, contribuye a la revisión continua de los instrumentos de planeación (Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, s.f., Funciones. Recuperado de <https://www.seduvi.cdmx.gob.mx/secretaria/acerca-de> Consultado 23-julio-2023).

## Publicidad exterior de la Ciudad de México

En la estructura orgánica que conforma a SEDUVI se encuentra el departamento de Publicidad Exterior y Mobiliario Urbano, a quien corresponde la regulación de los distintos medios publicitarios en la ciudad, tales como MUPIS (acrónimo francés de Mobilier Urbain pour l'information, en español significa mobiliario urbano para información), marquesinas, puestos de periódicos, anuncios denominativos, relojes digitales, anuncios espectaculares, carteleras, tapiales y vallas publicitarias (Anexos 1 y 2).



Ilustración 1 Infografía "Anuncios Permitidos", recuperado de [www.seduvi.cdmx.gob.mx](http://www.seduvi.cdmx.gob.mx)

## Corredores y nodos publicitarios

Corresponde a SEDUVI someter al consejo de Publicidad Exterior la propuesta de ubicación de nodos publicitarios y expedir los acuerdos que determinen la distribución de espacios para anuncios tanto en nodos como en corredores publicitarios. El objetivo del nodo es la concentración de anuncios de propaganda de conformidad con los principios de la Ley. Solo podrá ubicarse en los inmuebles de dominio público de la Ciudad de México, de uso común, tales como:

- 1) La intersección de dos o más vías primarias.
- 2) La intersección de vías primarias con vías secundarias.
- 3) Puentes y bajo puentes vehiculares y peatonales.
- 4) Los destinados a un servicio público, tales como:
  - a) Estaciones del Sistema de Transporte Colectivo (Metro).
  - b) Predios que alojen infraestructura hidráulica de la ciudad.
  - c) En estos nodos no se permite la instalación de anuncios en elementos del patrimonio cultural urbano.



*Ilustración 2 Ubicación de nodos publicitarios con áreas de mejoramiento. Recuperado de [www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf](http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf)*

Los corredores publicitarios son las vías determinadas por la Ley en las que pueden instalarse anuncios de propaganda comercial en inmuebles de propiedad privada. En los inmuebles de propiedad privada solo podrán instalarse anuncios autoportados unipolares (podrán contener carteleras, pantallas electrónicas o anuncios de proyección óptica, de neón o virtuales). Podrán instalarse vallas que se ubiquen en estacionamientos o lotes baldíos y anuncios en tapiales que se ubiquen en obras en proceso de construcción o remodelación. Anuncios en mobiliario urbano en el caso de paraderos de autobuses, puestos de periódico, revistas, flores, lotería o enseres destinados para la recepción de autos. Los titulares y de permisos, licencias y autorizaciones temporales deberán colocar en cada uno de sus anuncios una placa que deberá contener el nombre o denominación del titular y el número de permiso, licencia o autorización temporal (Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, s.f., Manual de Publicidad Exterior de la Ciudad de México. Recuperado de [www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf](http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf) Consultado 19-agosto-2023).

## El anuncio

La RAE define el termino anuncio como la acción y efecto de anunciar. Así mismo se refiere al conjunto de palabras o signos con que se anuncia algo. De igual manera se describe el soporte visual o auditivo en que se transmite un mensaje publicitario (Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.a ed., (versión 23.7 en línea). <<https://dle.rae.es>> Consultado 23-julio-2023).

## Tipos de anuncios publicitarios

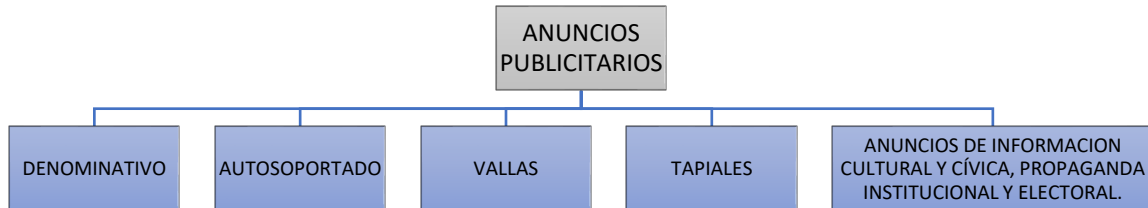


Ilustración 3 Tipos de anuncios publicitarios. Elaboración propia.

## Anuncio denominativo

Aquellos anuncios que nombran a los establecimientos solo deben de instalarse en la edificación donde se desarrolle la actividad anunciada. Debe de contener los siguientes elementos:

- Denominación y logotipo o emblema.
- Podrá acompañarse de un eslogan, en este caso ambos deberán contenerse en el mismo tipo de anuncio.



Ilustración 4 Anuncio denominativo con logotipo. (izquierda). Anuncio denominativo con emblema (centro). Anuncio denominativo con eslogan (Derecha). Recuperado de [www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf](http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf)

En los establecimientos mercantiles, oficinas particulares y públicas no se permiten mensajes adicionales a la denominación, tales como detalles o promociones de productos o servicios, anuncios pintados o adheridos a escaparates y ventanas, exhibición de marcas u horarios de atención (Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, s.f., Manual de Publicidad Exterior de la Ciudad de México. Recuperado de

[www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf](http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf)  
Consultado 23-julio-2023).

Tipos de anuncios denominativos permitidos en las edificaciones.



*Ilustración 5 Anuncios denominativos permitidos. Elaboración propia.*

No se permite la instalación de anuncios denominativos adosados a pretilas construidos en azotea, fuera de muros o fachada de la edificación en tableros colgados a manera de puentes, cuando el nivel superior rebase la cubierta de la planta baja, que obstruyan los vanos, pintados en la superficie mayor de un toldo, consistentes en pantallas electrónicas (Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, s.f., Manual de Publicidad Exterior de la Ciudad de México. Recuperado de [www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf](http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf) Consultado 23-julio-2023).

### **Anuncios autosoportados**

- Aquellos anuncios que tienen como soporte unipolar (una columna de acero o de concreto) o en estela (Anexo 3).
- Solo podrán instalarse en gasolineras, centros comerciales, auditorios y en los inmuebles donde se lleven a cabo espectáculos públicos, exposiciones y ferias.
- Se permite un solo anuncio por predio.
- No podrán instalarse sobre muros, azoteas, ni en vía pública (Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, s.f., Manual de Publicidad Exterior de la Ciudad de México. Recuperado de [www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf](http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf) Consultado 23-julio-2023).



Ilustración 6 Anuncios autosoportados: unipolar (izquierda), en estela (derecha). Recuperado de [www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf](http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf)

## Vallas y tapiales

Una valla, panel o tapial publicitario es una estructura de publicidad exterior consistente en un soporte plano sobre el que se fijan anuncios publicitarios, de tipo estático y/o digital (Anexo 4).

- Las vallas deberán instalarse en el perímetro de un estacionamiento público o en un lote baldío, se instala en planta baja y sobre la vía pública, debe de contar con su propio sistema de iluminación, podrá contener cartelera, pantalla electrónica, pero no anuncios volumétricos, no se deben de fijar a la fachada o barda, ni instalarse en dos líneas paralelas.
- En ningún caso podrán instalarse en predios con edificaciones abandonadas, inconclusas, deterioradas o ruinosas, sea que se encuentren o no habitadas, ni en elementos del patrimonio cultural urbano.
- Los anuncios en tapiales solo podrán ubicarse en predios donde se encuentren obras en proceso de construcción o remodelación (Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, s.f., Manual de Publicidad Exterior de la Ciudad de México. Recuperado de [www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf](http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf) Consultado 23-julio-2023).

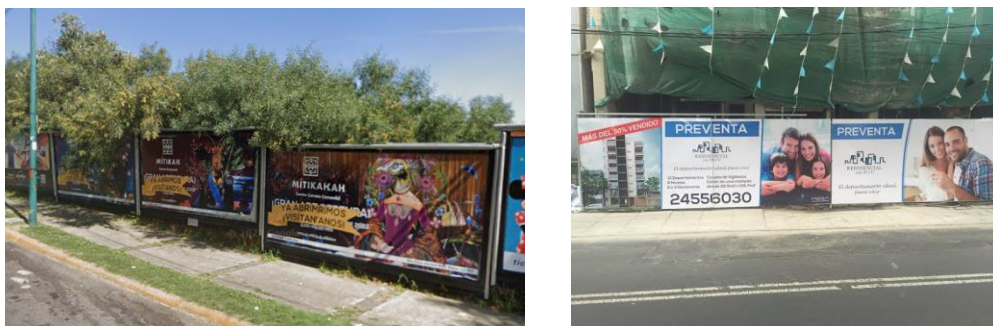


Ilustración 7 Vallas publicitarias (izquierda), tapial publicitario (derecha). Recuperado de [www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf](http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf)

## *Anuncios de información cultural y cívica, propaganda institucional y electoral*

- La información cultural podrá difundirse en cualquiera de las siguientes modalidades: sobre la fachada del edificio donde se lleve a cabo el evento del que se trate, podrán instalarse pendones y en postes con soportes diseñados para instalar gallardetes, los cuales solo podrán instalarse en torno al edificio donde se lleve a cabo el evento.
- Las expresiones artísticas que difundan las dependencias, órganos o entidades de la Administración Pública de la Ciudad de México podrán contenerse en carteleras instaladas en rejas y bardas de dominio público.
- La información cívica podrá difundirse en pendones instalados sobre las fachadas de los edificios públicos.
- En ningún caso podrá instalarse en bardas, presas, canales, puentes vehiculares, muros de contención, taludes, antenas de telecomunicación y sus soportes, ni en semáforos. En cerros, rocas, bordes de ríos, lomas, laderas, lagos, ni en cualquier otra formación natural como árboles, parques o jardines, bosques, zonas arboladas, áreas verdes, zonas de conservación ecológica, áreas de valor ambiental, áreas naturales protegidas (Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, s.f., Manual de Publicidad Exterior de la Ciudad de México. Recuperado de [www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf](http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf) Consultado 23-julio-2023).



# Objetivos



## *Objetivo general*

- ✚ Apoyar en el análisis de los Programas Delegacionales y parciales del Desarrollo Urbano, en la revisión de Leyes y Reglamentos de Planeación Urbana y Desarrollo Urbano y de planos de zonificación y normas de ordenamiento; así como en la búsqueda de información socioeconómica requerida para la conformación de los programas delegacionales y parciales de desarrollo urbano; elaborar planos de zonificación y normas de ordenamiento y en el análisis de elaboración de dictámenes de polígonos de actuación.

## *Objetivos particulares*

- ✚ Apoyar en la revisión y propuesta de nuevos medios de publicidad.
- ✚ Apoyar en el levantamiento de anuncios denominativos de carácter patrimonial.
- ✚ Apoyar en la actualización y cotejo del padrón de publicidad.
- ✚ Apoyar en el dibujo de esquemas para alineamientos de publicidad exterior.
- ✚ Apoyar en la revisión de expedientes.

## Metodología utilizada

Google Maps es una aplicación de mapas en la web, ofrece imágenes desplazables, así como fotografías por satélite del mundo, rutas entre diferentes ubicaciones e imágenes a pie de calle con Google Street View, junto con un navegador GPS (Google Sites, s.f., Aplicaciones Prácticas. Recuperado de <https://sites.google.com/a/student.ie.edu/sistgeolocalizacion/aplicaciones-practicas/web-2-0-google-maps> Consultado 19-agosto-2023).

Al ofrecer la capacidad de realizar acercamientos y alejamientos para mostrar el mapa fue muy útil para la geolocalización de los anuncios publicitarios, solo con ingresar la dirección de la opción a buscar, proporcionándonos las coordenadas para su registro (latitud, longitud).

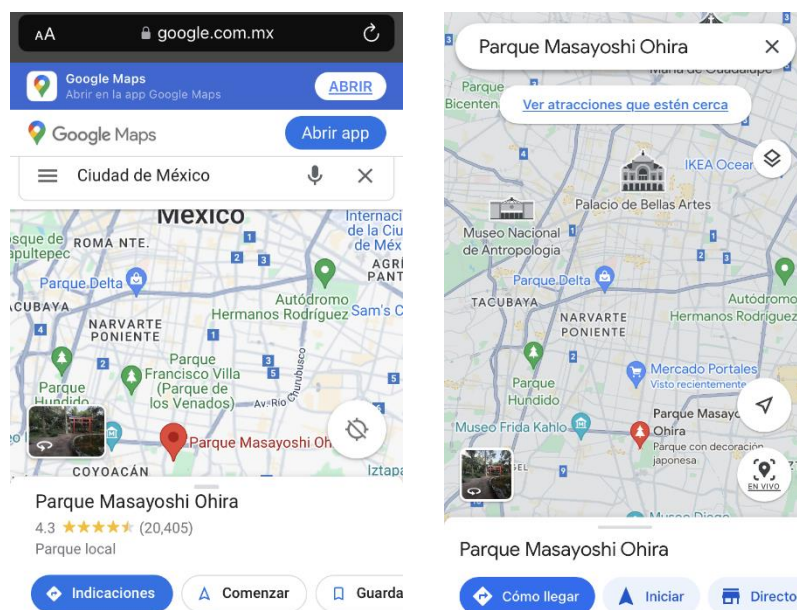


Ilustración 8 Interfaz Google Maps. Elaboración propia.

Sistema de Información Geográfica (SIG) de SEDUVI, es una herramienta de consulta en línea que permite explorar, consultar y descargar información del uso de suelo del territorio de la Ciudad de México en distintos niveles como predios, colonias y alcaldías; aprobado a través de las publicaciones de los Programas Delegacionales de Desarrollo Urbano (PDDUs), así como los Programas Parciales de Desarrollo Urbano (PPDUs), en donde estos instrumentos consideran los lineamientos de normatividad del Programa General de Desarrollo Urbano (PGDU) (Secretaría de Desarrollo Urbano, s.f., Servicios. Recuperado de [https://www.seduvi.cdmx.gob.mx/servicios/servicio/ciudad\\_mx#:~:text=EL%20Sistema%20de%20Información%20Geográfica,PPDUs\)%3B%20en%20donde%20estos](https://www.seduvi.cdmx.gob.mx/servicios/servicio/ciudad_mx#:~:text=EL%20Sistema%20de%20Información%20Geográfica,PPDUs)%3B%20en%20donde%20estos) Consultado 19-agosto-2023). Fue requerido para la consulta de información catastral de los predios en los cuales se ubican los anuncios publicitarios, así mismo para corroborar la información de los registros publicitarios.

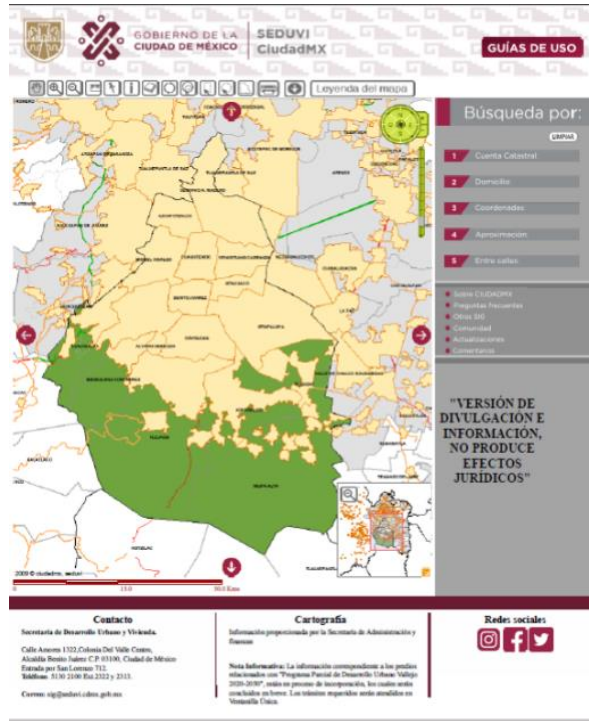


Ilustración 9 Interfaz SIG. Recuperado de <http://ciudadmx.cdmx.gob.mx:8080/seduvi/>

El Atlas Nacional de Riesgos de Protección Civil, es un portal en la web donde se puede disponer de todos los aspectos relacionados al Atlas, cuenta con diferentes secciones, de donde sobresalen 3 tipos de servicios: búsqueda de nombres geográficos, el *infopeligros* que ayuda a que se identifique y se obtenga información sobre los autores, fechas de elaboración y forma de acceder a los mapas dinámicos que permiten realizar acercamientos y consultas sobre las múltiples capas que despliegan (Protección Civil, s.f., Atlas Nacional de Riesgos. Recuperado de [https://proteccioncivil.gob.mx/work/models/ProteccionCivil/Resource/375/1/images/lm\\_anr.pdf](https://proteccioncivil.gob.mx/work/models/ProteccionCivil/Resource/375/1/images/lm_anr.pdf) Consultado 19-agosto-2023).

La visión integradora del portal al colaborar con otras instituciones permitió la elaboración de mapas de los anuncios publicitarios, que lleven a conformar una base de datos de SEDUVI en concordancia con Protección Civil para un mejor manejo de la información.

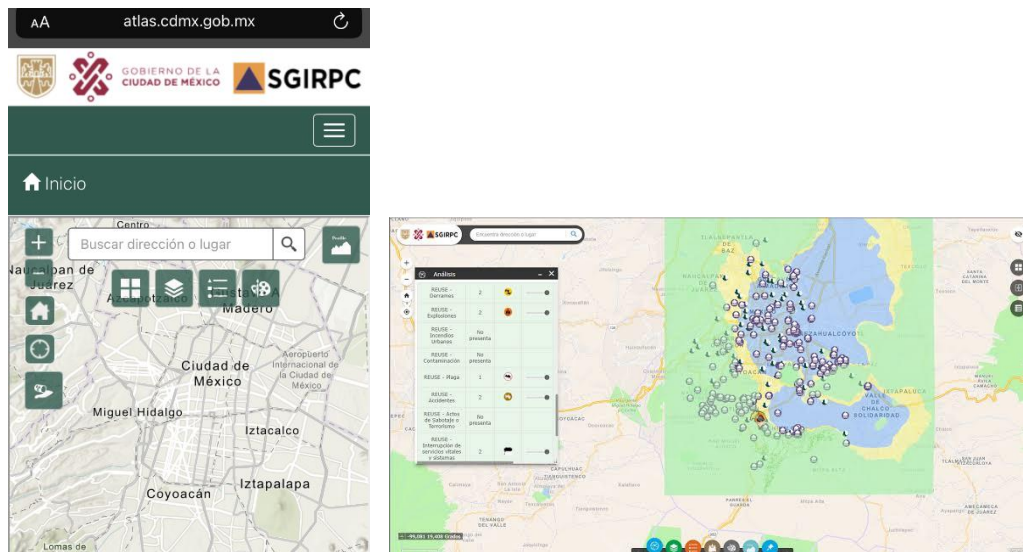
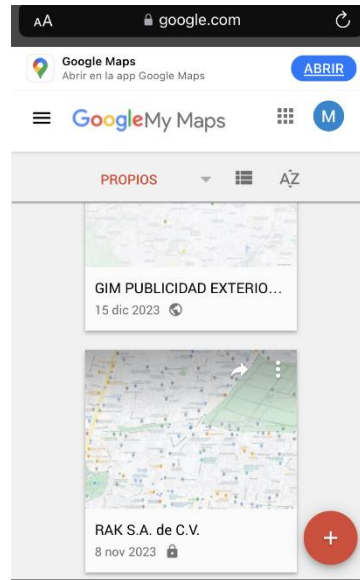


Ilustración 10 Interfaz Atlas Protección Civil. Elaboración propia.

Google MyMaps es una herramienta que permite la creación de mapas personalizados. (Google, s.f., My Maps. Recuperado de [http://www.google.com/intl/es-419\\_mx/maps/about/mymaps/](http://www.google.com/intl/es-419_mx/maps/about/mymaps/) Consultado 19-agosto-2023).

Se utilizó para el mapeo de anuncios publicitarios que conforman la base de datos de SEDUVI.



*Ilustración 11 Interfaz Google My Maps. Elaboración propia.*

## Selección de la información para la elaboración de trípticos informativos

Se revisó y analizó la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México para posteriormente seleccionar la información concisa y dar a conocer a la sociedad, a través de la presentación de un tríptico, el proceso correcto para realizar sus trámites ante SEDUVI.

Se realizó la selección de la información para los siguientes tramites:

- 1) Licencia para anuncio tipo tapial (Anexo 5).
- 2) Autorización temporal para anuncio de información cívica y cultural (Anexo 6).
- 3) Licencia para anuncio de tipo denominativo (Anexo 7).
- 4) Licencia para anuncio de tipo adosado a muro (Anexo 8).
- 5) Licencia para anuncios en mobiliario urbano (Anexo 9).
- 6) Autorización temporal para anuncio de tipo vallas (Anexo 10).
- 7) Permiso administrativo de autorización revocable (Anexo 11).

El objetivo de esta actividad respondía a la necesidad de tener informada a la ciudadanía y facilitar el proceso de sus trámites, dar a conocer el tipo de licencia u autorización temporal para cada tipo de anuncio, incluyendo un listado de requisitos que funcionara para llevar la relación de sus documentos, informando el tiempo de respuesta, los costos del trámite, el tipo de documento que reciben y su vigencia. En cada tríptico se presentaron los detalles más importantes del tipo de anuncio: medidas, lugares permitidos para su instalación, la referencia de consulta de información completa y datos de contacto en SEDUVI.

## Captura de imágenes en el cuadrante de la Zona Rosa

Se realizó la captura de imagen vía Google Maps de la Zona Rosa de la Ciudad de México de cada edificación en las calles para que posteriormente se realizara el larguillo arquitectónico correspondiente, estas primeras imágenes servían de base para el análisis de las viviendas y los datos se verificaron en las visitas a campo para obtener información más completa y se presentó al último equipo de diseño quien fue el encargado de plasmarlo en digital.

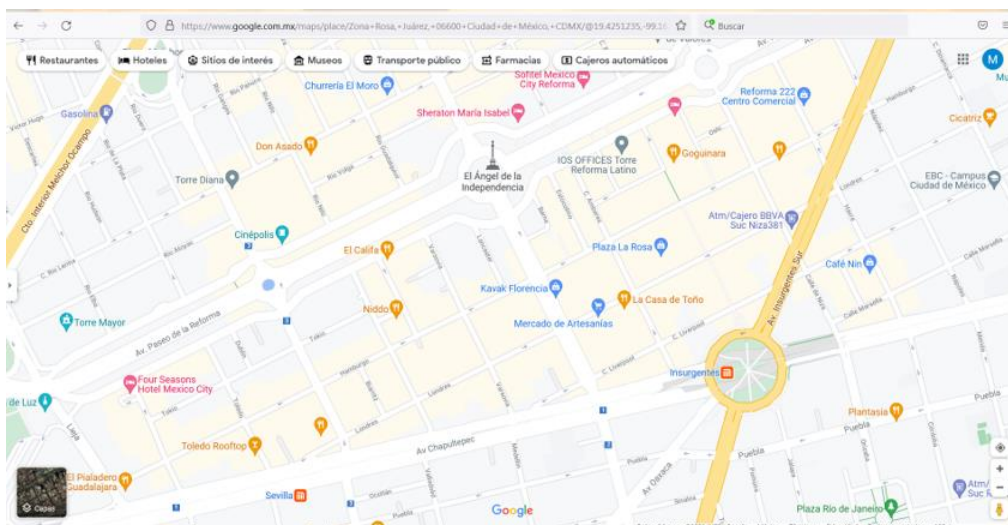


Ilustración 12 Cuadrante Zona Rosa. Recuperado de <https://www.google.com.mx/>

## Identificación de anuncios publicitarios

Las actividades realizadas durante el periodo de servicio social requirieron del conocimiento e identificación de los distintos tipos de anuncios publicitarios que existen en la Ciudad de México, para reconocer a que empresa pertenece cada uno y si se han visto modificados de acuerdo al registro original y su licencia asignada, se identificó el tipo de anuncios por empresa y cuantos tiene registrados en el Padrón de Anuncios Publicitarios-2015, si alguno de ellos fue sujeto a cambio de modalidad, o si en algún momento cedieron los derechos a otra empresa, si ha retirado anuncios; se llevó un expediente detallado con todos los documentos en original y copia de cada tramite realizado, así como la información concreta del anuncio, como plano de detalles de instalación, pago de derechos de licencia, pago de predial, servicio de agua, pago de renta, ubicación con croquis, dirección completa y permisos de protección civil.

EMPRESAS EN EL PADRÓN		PANTALLA	AUTOSOPORTADOS INSTALADOS	AUTOSOPORTADOS RETIRADOS	AZOTEA INSTALADAS	AZOTEA RETIRADAS	ADOSADOS INSTALADOS	ADOSADOS RETIRADOS	TOTAL DE REGISTROS
NO	EMPRESA								
1	ANA LILIA CRUZ DE JESUS	0	0	19	0	0	0	0	19
2	ANUNCIARTE MEDIOS S.A. DE C.V.	0	1	0	1	0	0	0	2
3	<b>ANUNCIOS TÉCNICOS MOCTEZUMA</b>	1	85	15	142	29	3	5	280
4	ANUNCIOS Y MONTAJES LAGUNAS S.A. DE C.V.	0	47	1	24	4	0	0	76
5	BRIMAK, S.A. DE C.V.	0	6	0	3	0	0	0	9
6	CARLOS ALBERTO PATIÑO LÓPEZ	0	0	3	0	0	0	0	3
7	CARLOS SALVADOR HERRERA DÍAZ	0	4	0	4	13	0	0	21
8	CARTELERAS Y ANUNCIOS LEGNAR S.A. DE C.V.	0	0	1	4	2	0	0	7
9	CARTELERAS Y NEÓN ESPECTACULARES S.A. DE C.V.	0	28	9	80	28	1	0	146
10	CASA PUBLICIDAD Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V.	0	46	17	27	63	1	10	165
11	CEBRA ESPECTACULAR S.A. DE C.V.	0	2	0	7	0	2	0	11
12	CIRCUITOS PUBLICITARIOS, S.A. DE C.V.	0	8		12	5	0	6	33
13	COMUNICACIÓN TÉCNICA INTEGRADA, S.A. DE C.V.	0	13	2	23	10	1	3	52
14	CENTRAL CORPORATIVA DE MEDIOS S. DE RL. DE C.V.	0	7	7	15	0	1	0	30
15	DIFUSIÓN PANORÁMICAS, S.A. DE C.V.	0	17	10	36	20	0	0	83
16	FRIDA LÓPEZ GARCÍA	0	0	8	0	0	0	0	8
17	ESTRATEGIA VISUAL, S.A. DE C.V.	0	3	1	19	19	1	20	63

Ilustración 13 Padrón de Anuncios 2015, archivo SEDUVI.

## Revisión de los registros en el Padrón de Anuncios Publicitarios-2015

Se revisó cada anuncio que está registrado en el Padrón de Anuncios Publicitarios-2015, cotejando la información con las visitas en campo, para posteriormente completar, comparar o editar los datos en el archivo Excel, tales como ubicación, coordenadas geográficas, razón social de la empresa a la que pertenecen, número de expediente para posterior consulta si fuera necesario, código alfanumérico, tipo de anuncio y status del mismo, se verificó que cumpliera con las normas reglamentarias y se realizó la anotación correspondiente en los casos que se detectaron anomalías; así mismo, se verificó que el status fuera el correcto en la visita.

No.	EMPRESA	EXPEDIENTE	CÓDIGO ALFANUMÉRICO	CALLE Y NÚMERO	COLONIA	DELEGACIÓN	STATUS	ESTADO	OBSERVACIONES
1	CARTELERAS Y NEÓN ESPECTACULARES S.A. DE C.V.	TLALPRA01/0134/2006	NO APLICA	05 DE MAYO, 46	SAN PEDRO MARTIR	TLALPAN	AUTOSOPORTADO	RETIRADO	
2	CARTELERAS Y NEÓN ESPECTACULARES S.A. DE C.V.	BJPRA01/0025/2006	03 HFHHX23W	1 DE MAYO, 6	NATIVITAS	BENITO JUÁREZ	AZOTEA	INSTALADO	
3	PUBLICIDAD RENTABLE, S.A. DE C.V.	ACTUALIZACIÓN	14 IQJC32NB	11 A ORIENTE, 1	ISIDRO FABELA	TLALPAN	AUTOSOPORTADO	INSTALADO	
4	SERVICIOS INMOBILIARIOS REN, S.A. DE C.V.	ACTUALIZACIÓN	14 NABLH5OA	11 A ORIENTE, 1	ISIDRO FABELA	TLALPAN	AUTOSOPORTADO	INSTALADO	
5	SERVICIOS INMOBILIARIOS REN, S.A. DE C.V.	PRA/26/0168/2004	NO APLICA	11 A ORIENTE, 1	ISIDRO FABELA	TLALPAN	AUTOSOPORTADO	RETIRADO	
6	RAK S.A. DE C.V.	AQIPRA16/0001/2004	NO APLICA	11 DE ABRIL, 2	TACUBAYA	ÁLVARO OBREGÓN	AUTOSOPORTADO	RETIRADO	
8	CARTELERAS Y NEÓN ESPECTACULARES S.A. DE C.V.	MHPRA01/0113/2006	11 HOC0ZWT	11 DE ABRIL, 38	MARTIRES DE TACUBAYA	MIGUEL HIDALGO	AUTOSOPORTADO	INSTALADO	
7	PUBLICIDAD RENTABLE, S.A. DE C.V.	PRA/28/0001/2004	NO APLICA	11 DE ABRIL, 8	BELLAVISTA	ÁLVARO OBREGÓN	AUTOSOPORTADO	RETIRADO	

Ilustración 14 Padrón de anuncios 2015, archivo SEDUVI.

## Mapeo de anuncios de tipo vallas publicitarias

Se realizó el mapeo de vallas publicitarias correspondiente a la empresa Vallas y Gigantografías de México, S.A. de C.V. en un registro de la página web de Protección Civil, capturando todos los datos necesarios para su correcta identificación, tales como dirección completa, coordenadas geográficas, código alfanumérico, foto del anuncio, status, si son de tipo digital o estáticas, si están instaladas en estacionamientos o lotes baldíos, en este último, se verificó y anotó el cumplimiento con las normas al estar instalados en obras de construcción.

Ilustración 15 Interfaz mapeo protección civil. Recuperado de <https://serviciosatlas.sgirpc.cdmx.gob.mx/portal/apps/experiencebuilder/experience/>

Cuando la información que se tenía no era la adecuada o estaba incompleta para realizar el registro, se contactaba a la empresa correspondiente para la aclaración de dudas y/o en su caso para la solicitud y envío de información.

El objetivo de esta actividad proponía la creación de una base de datos compartida entre SEDUVI y Protección Civil para trabajar de manera conjunta en las actividades, obteniendo un Atlas de Riesgo de todos los anuncios instalados en la ciudad.

REGISTRO DE VALLAS Y GIGANTOGRAFÍA					
Ubicación	Colonia	Alcaldía	Coordenadas	Observaciones	Desahogo Vallas
Juárez Barrios Sur, B435	Santa Fé	Álvaro Obregón	19.387673, -99.257094	¿Por que existen dos registros con misma ubicación y mismas coordenadas? no se distingue que vallas corresponden a cada registro	19.3880196, -99.2568442: consiste de 3 vallas y 4 luminas (son 2 propietarios en esta ubicación por ello lo tenemos registrado como 2 ubicaciones)
Juárez Barrios Sur, B435	Santa Fé	Álvaro Obregón	19.387673, -99.257094	¿Por que existen dos registros con misma ubicación y mismas coordenadas? no se distingue que vallas corresponden a cada registro	19.3880844, -99.2572737: consiste en 14 vallas y una pantalla
Aranda Cuauhtémoc, B140	Narvarte Poniente	Benito Juárez	19.398228, -99.156203	¿Por que existen tres registros con misma ubicación y mismas coordenadas? no se distingue que vallas corresponden a cada registro	19.3893965, -99.156552: hace esquina, el contrato se celebró con la dirección de sv. Cuauhtémoc
Aranda Universidad, B634	Lerlán Valle	Benito Juárez	19.377538, -99.166289	Hasta marzo 2021 no se visualiza ninguna valla (GoogleMaps), cuenta catastral 036_233_02	Se adjunta imagen de vallas colocadas
Miguel Alemán Valdés, B106	Del Valle Centro	Benito Juárez	19.402441, -99.161431	Hasta marzo 2021 no se visualiza ninguna valla (GoogleMaps), cuenta catastral 041_051_29	Se adjunta imagen de vallas colocadas
Aranda Ponferrico Sur Lt. 2 Mo. 25	Jardines del Pedregal de San Ángel	Coyoacán	19.310144, -99.197673	¿Por que existen tres registros con misma ubicación y mismas coordenadas? no se distingue que vallas corresponden a cada registro	Son solo 2 ubicaciones, mismo caso que Barrios Sierra son 2 propietarios 19.3837657, -99.1979463: consta de 6 vallas
Aranda Ponferrico Sur Lt. 2 Mo. 25	Jardines del Pedregal de San Ángel	Coyoacán	19.310144, -99.197673	¿Por que existen tres registros con misma ubicación y mismas coordenadas? no se distingue que vallas corresponden a cada registro	19.382972, -99.1976259: consta de 6 vallas
Aranda Ponferrico Sur Lt. 2 Mo. 25	Jardines del Pedregal de San Ángel	Coyoacán	19.310144, -99.197673	¿Por que existen tres registros con misma ubicación y mismas coordenadas? no se distingue que vallas corresponden a cada registro	Error, son solo 2 registros
Colinas de Tlalpaya, B2050	Campestre Churubusco	Coyoacán	19.342202, -99.142007	¿Es la publicidad que se encuentra en el túnel-puente? Cuenta catastral 060_108_04	19.3424812, -99.1428836: se encuentran instaladas alrededor de lo que era TICS y Soriana de Tlalpaya, se adjuntan fotografías
Protección Buzque de Tlalvado alh	Lomas de Vista Hermosa	Cuajalpa de Morelos	19.370074, -99.260451	no se distingue que vallas corresponden al predio	19.3776502, -99.2604401: consta de 10 vallas
Aranda Santa Fe, B430	Santa Fe Cuajalpa	Cuajalpa de Morelos	19.357934, -99.272356	¿Por que existen dos registros con misma ubicación y mismas coordenadas? no se distingue que vallas corresponden a cada registro	19.3580511, -99.2720681: consta de 3 vallas y 4 luminas es solo una ubicación
Aranda Santa Fe, B430	Santa Fe Cuajalpa	Cuajalpa de Morelos	19.357934, -99.272356	¿Por que existen dos registros con misma ubicación y mismas coordenadas? no se distingue que vallas corresponden a cada registro	Error, es solo un registro
Protección Paseo de la Reforma 771 y 773	San Gabriel	Cuajalpa de Morelos	19.375448, -99.269902	Se registró el predio 777, el predio 775 no existe ni tiene cuenta catastral	El contrato se celebró sobre el 777, es el mismo predio
Paseo de la Reforma, Erq. Bldvmo B506	Juárez	Cuauhtémoc	19.427256, -99.165767	El predio correcto debe ser Belgrano B, al cual corresponden las coordenadas, cuenta catastral 011_251_01, hasta agosto 2019 no se visualiza ninguna valla	
Paseo de la Reforma, B432	Juárez	Cuauhtémoc	19.424526, -99.174932	Hasta agosto 2019 no se visualiza ninguna valla, cuenta catastral 011_174_33	Se adjunta imagen de vallas colocadas
José Vasconcelos Muestr B121	Hípódromo Condesa	Miguel Hidalgo	19.408055, -99.193274	Se registró en el Padrón con B50	Es el mismo registro, son 24 vallas en total.
José Vasconcelos Muestr B121, Erq. Boquerón	Hípódromo Condesa	Miguel Hidalgo	19.408055, -99.193274	¿Por que existen tres registros con misma ubicación y mismas coordenadas? no se distingue que vallas corresponden a cada registro, registré todas en el Padrón con	Mismo registro
José Vasconcelos Muestr B121, Erq. Carlos D. Bolea alh	Hípódromo Condesa	Miguel Hidalgo	19.408055, -99.193274	¿Por que existen tres registros con misma ubicación y mismas coordenadas? no se distingue que vallas corresponden a cada registro, registré todas en el Padrón con	Mismo registro

Ilustración 16 Registro de Vallas y Gigantografías, elaboración propia.

Se realizó el mapeo de vallas publicitarias correspondiente a la empresa Publicidad Rentable, S.A. de C.V. en un registro de archivo Excel, anotando todos los datos necesarios para su correcta identificación, tales como dirección completa, coordenadas geográficas, código alfanumérico, foto del anuncio, status, si son de tipo digital o estáticas, si están instaladas en estacionamientos o lotes baldíos, en este último, verificó y anotó el cumplimiento con las normas al estar instalados en obras de construcción.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
	My maps	Núm	CDMX	Calle y número	Colonia	Alcaldía	Registro (de acuerdo a Publicidad Rentable)	Tipo revisado	Dig	Estático	Observaciones
1	si	1	1	Boulevard Adolfo López Mateos	Tacubaya	Miguel Hidalgo	Remodelación	Estacionamiento	0	6	julio-2021 se observa que es un estacionamiento
2	si	2	2	Alejandro Dumas 171	Polanco IV Sección	Miguel Hidalgo	Estacionamiento	Lote Baldío	0	5	abril-2021 se observa que es un lote baldío
3	si	3	3	Alejandro Dumas 37	Polanco IV Sección	Miguel Hidalgo	Terreno	Remodelación	0	2	ninguna
4	si	4	4	Altavista 119	San Ángel Inn	Álvaro Obregón	Remodelación	Estacionamiento	0	3	diciembre-2021 se observa que es un estacionamiento
5	si	5	5	Amsterdam 107	Hipódromo	Cuauhtémoc	Obra	No visible	0	5	mayo-2021 no se visualiza alguna construcción
6											
7		6	no registrado	Amsterdam 259 Bis	Hipódromo Condesa	Cuauhtémoc	Obra	No visible	0	2	noviembre-2021 la construcción se ve parcialmente derribada y 8 carteleras tienen sellos de suspensión de actividades (agosto-2021)
8	si	7	no registrado	Anatole France 129	Polanco III Sección	Miguel Hidalgo	Obra	No visible	0	2	Hasta abril-2021 no se observan vallas
9	si	8	8	Arquimedes 164	Polanco IV Sección	Miguel Hidalgo	Remodelación	Remodelación	1	1	ninguna
10	si	9	9	Atlixco 117	Hipódromo Condesa	Cuauhtémoc	Remodelación	Estacionamiento	0	2	mayo-2021 se observa que es un estacionamiento
11	si	10	10	Augusto Rodin 121 y Tintoreto	Ciudad de los Deportes	Benito Juárez	Remodelación	Estacionamiento	0	6	marzo-2021 se observa que es un estacionamiento
12	si	11	11	Avenida Chapultepec 259	Juárez	Cuauhtémoc	Obra	Remodelación	0	6	marzo-2021 no se observa que sea obra
13	si	12	12	Avenida Chapultepec 360	Roma Norte	Cuauhtémoc	Remodelación	Obra	0	15	Hasta marzo 2020 se construía una obra
14	si	13	13	Avenida Chapultepec 402	Roma Norte	Cuauhtémoc	Remodelación	Estacionamiento	0	2	mayo-2021 se observa que es un estacionamiento
15	si	14	14	Avenida Chapultepec 418	Roma Norte	Cuauhtémoc	Remodelación	Estacionamiento	0	2	mayo-2021 se observa que es un estacionamiento

Ilustración 17 Registro Anuncios Ciudad de México. Elaboración propia.

### Mapeo de anuncios publicitarios, de tipo adosado a muro

Se realizó el mapeo de anuncios adosados a muro, a través de la herramienta MyMaps, para obtener un registro completo perteneciente a SEDUVI, clasificándolos por tipo y por empresa e identificando las que no cumplen con las medidas reglamentarias., se adjuntaron los datos de razón social a la que pertenecen, dirección completa y fotos del anuncio.

### Mapeo de anuncios publicitarios, de tipo autoportado

Se realizó el mapeo de anuncios autoportados, a través de la herramienta MyMaps, para obtener un registro completo perteneciente a SEDUVI, clasificándolos por tipo y por empresa e identificando las que no cumplen con las medidas reglamentarias., se adjuntaron los datos de razón social a la que pertenecen, dirección completa y fotos del anuncio.

### Mapeo de anuncios publicitarios, de tipo azotea

Se realizó el mapeo de anuncios azotea, a través de la herramienta MyMaps, para obtener un registro completo perteneciente a SEDUVI, clasificándolos por tipo y por empresa e identificando las que no cumplen con las medidas reglamentarias., se adjuntaron los datos de razón social a la que pertenecen, dirección completa y fotos del anuncio.

El mapeo de los anuncios publicitarios se realizó por empresa (Anexo 12, 13 y 14).

### Elaboración de matriz de anuncios publicitarios ilegales

Se creó un listado de los anuncios ilegales instalados en la Ciudad de México, aquellos que no cuentan con licencia y/o permiso vigente, o en su caso, los que cubren más del 70% del edificio o en



su totalidad, el equipo de campo realizó las visitas con INVEA para darle seguimiento en conjunto a los retiros correspondientes. La matriz contenía los siguientes datos: razón social de la empresa a la que pertenecen, dirección completa, tipo de anuncio, código QR, coordenadas geográficas, status en el Padrón de Anuncios Publicitarios-2015 y fotografía del anuncio.

NO.	EMPRESA	#N/A	COLONIA	ALCALDÍA	TIPO DE ANUNCIO	CÓDIGO QR	COORDENADAS	MARCA	STATUS	FOTOGRAFÍA
2		PERIFÉRICO, BOULEVARD ADOLFO LOPEZ MATEOS, 1803	MIXCOAC	Benito Juárez	Muro		19.366, -99.19116	COYOTE UNIVERSAL	ILEGAL	
3		PERIFÉRICO, BOULEVARD ADOLFO LOPEZ MATEOS, 1817	MIXCOAC	Benito Juárez	Muro		19.365517, -99.1909	COYOTE UNIVERSAL	ILEGAL	
4		PERIFÉRICO, BOULEVARD ADOLFO LOPEZ MATEOS, 2491	ATLAMAYA	Álvaro Obregón	Muro		19.346854, -99.202	OLXAUTOS	ILEGAL	
5		NAVARIT 125	PROGRESO	Álvaro Obregón	Muro		19.336490, -99.202	MOTOROLA G	ILEGAL	
6		BOULEVARD ADOLFO RUIZ CORTINEZ 3449	SAN JERNIMO	Magdalena Contreras	Muro		19.3223708, -99.2195732	BOHEMA	ILEGAL	
7		Periférico sur 3884	Jardines del Pedregal	Álvaro Obregón	Envolvente		19.30953, -99.21728	Olxautos	ILEGAL	
8		Periférico sur 3076	San Jerónimo Aculco	Magdalena Contreras	Muro		19.31792, -99.221	Fórmula 1	ILEGAL	

Ilustración 18 Anuncios publicitarios ilegales. Archivo SEDUVI.

### Revisión de bases de datos de anuncios publicitarios instalados

Se revisó que los anuncios publicitarios ya instalados cumplieran con las normas que se establecen en La Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, que su ubicación correspondiera, así como a la razón social que registró el alta, que sea el tipo de anuncio señalado; en su caso, que realicen las propuestas de mejoramiento en su zona, tales como incluir áreas verdes, su cuidado y mantenimiento, agregar iluminación en los senderos, mejoramiento y mantenimiento de la banqueta.

### Revisión de las bases de datos de anuncios publicitarios a retirar

Se revisó que los anuncios sujetos a retiro fueran dados de baja del Padrón de Anuncios Publicitarios-2015 anotando la fecha, para posteriormente cotejar con las visitas en campo que realmente no se encuentren instalados en la ubicación.

	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
73				ANUNCIOS RETIRADOS											
74	NO AFLICA	AV. JOSÉ VASCONCELOS, 68	CONDESA	CUAUHTEMOC	AZOTEA	RETIRADO	19°25'05.0"N	99°10'41.2"W	Eje 2 sur y calle Juan de la Barrera	Edificio en color rojo			Se rubico a Autopista México Cuernavaca 24		
75	15-RJHTKLL	AV. RÍO CONSULADO, 2883	PENÓN DE LOS BAÑOS	VENUSTIANO CARRANZA	AZOTEA	RETIRADO	19°26'37.7"N	99°05'11.2"W	Norte 74 y calle Bolívar	Fachada rotunda en color negro letras amarillas			Se rubico a Formaica 2		
76	06-2MP1TV30	AV. SAN COSME, 107	SANTA MARÍA LA RIVERA	CUAUHTEMOC	AZOTEA	RETIRADO	19°26'33.9"N	99°09'45.3"W	Calle del freno y calle avellano	Edificio color salmón y palettería en el local comercial					
77	NO AFLICA	AV. STIM, 104	LOMAS DE CHAMIZAL	CUAJIMALPA DE MORELOS	AZOTEA	RETIRADO	19°23'48.7"N	99°15'30.9"W	Av. de los Bosques y calle 23 de septiembre	Tienda 3b			Se rubico a Carretera México Toluca 5839		
78	04-IH9KMID	AV. UNIVERSIDAD, 1846	OXTOPULCO UNIVERSIDAD	COYOACÁN	AZOTEA	RETIRADO	19°20'36.1"N	99°10'52.2"W	Calle cerro Acaulco y calle cerro Xico	Edificio color gris con locales comerciales en la parte de abajo			Se rubico a Cerrada de las flores Sur No. 9		
79	03-ENKD161Q	CALZADA DE TLALPÁN, 910	VILLA DE CORTÉS	BENITO JUÁREZ	AZOTEA	RETIRADO	19°23'08.0"N	99°08'20.7"W	Calle Laura y calle Refugio	Edificio en construcción					
80	03-5JJB0289	CALZADA ERMITA IZTAPALAPA, 43	PRADO ERMITA	BENITO JUÁREZ	AZOTEA	RETIRADO	19°21'34.8"N	99°08'28.7"W	Franz Blom Petersen y calle	Casa de color rosa y puerta			Se rubico a Toluca 6		

Ilustración 19 Anuncios retirados. Archivo SEDUVI.

## Cambios de modalidad

Se revisaron las ubicaciones y se analizó la factibilidad de los anuncios que podrían considerarse para reubicación a anuncios de tipo adosado a muro o nuevos autosoportados, (supliendo el retiro de los anuncios retirados en azotea), solo si las propuestas cumplieran con la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México y que se encontraran dentro de corredores publicitarios. Esta actividad se complementó con el mapeo de los anuncios publicitarios (Anexo 15).

Numerc	Empresa	Anuncio instalado	Propuesta de modificación	PADRÓN	OBSERVACIONES SEDUVI	Anuncio a retirado (XR) o retirado previamente (R)	Alcaldía	Calle	Número	Reubicación (RU), mismo predio (MP), o ya instalado (M)	Factible (si), No factible (NF), Condicionado (C) (R) Revisión	Propuesta planteada en corredor publicitario (NO, SI, VCP) Visible desde corredor publicitario
1	Anuncios Técnicos Moctezuma SA de CV	Azotea	Unipolar	01 EBCDC9MM	No factible el cambio de modalidad. La propuesta está fuera de Corredor Publicitario	XR	Alvaro Obregón	Av. Tamalipas	54	MP	NF	NO
2	Anuncios Técnicos Moctezuma SA de CV	De Piso	Unipolar pantalla	15 D4VPGTDR	Condicionado a complementar información, no es viable un nuevo autosoportado	XR	Venustiano Carranza	Bld. Aeropuerto	8	MP	C	SI
3	Anuncios Técnicos Moctezuma SA de CV	Azotea	unipolar	08 TSQ00D7B	Condicionado a complementar información, no es viable	XR	Iztacalco	Viaducto Río de la Piedad	385	MP	C	SI
4	Anuncios Técnicos Moctezuma SA de CV	De Piso	Unipolar	03 XINAT7EE3E	Condicionado a complementar información, no es viable un nuevo autosoportado	XR	Benito Juárez	Cumbres de Maltrata	438	MP	C	VCP
5	Anuncios Técnicos Moctezuma SA de CV	Azotea	Unipolar	15 AK7R8403	No factible el cambio de modalidad. La propuesta está fuera de Corredor Publicitario	XR	Venustiano Carranza	Fray Servando Teresa de Mier	958	MP	NF	NO

Ilustración 20 Factibilidad de anuncios publicitarios. Archivo SEDUVI.

Así mismo se realizó el llenado de formatos de cada propuesta con el objetivo de notificar a la empresa si el anuncio era factible o no lo era. El formato presentaba una breve información jurídica y técnica respecto a La Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México; en cuanto a la propuesta, se detallaba la dirección completa, ubicación, coordenadas geográficas, tipo de anuncio; se analizó si la propuesta es viable y se detallaban los puntos importantes de la instalación, así como un esquema del área a ocupar por el anuncio publicitario ya colocado. Se anexaron los requisitos a cumplir para el trámite de la licencia correspondiente y la referencia a los artículos en cumplimiento.

GOBIERNO DE LA CIUDAD DE MÉXICO  
SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA  
DIRECCIÓN GENERAL DEL ORDENAMIENTO URBANO

Ciudad de México, a 7 de julio de 2022  
SEDUVI/DGOU/ /2022

La propuesta presentada por parte de la empresa es la siguiente:

SOLICITUD (Cambio de modalidad del medio publicitario instalado en azotea por un medio publicitario en muro adosado)			Resolución
Medio publicitario a retirar y ubicación actual a dar de baja	Medio publicitario propuesto	Ubicación propuesta a dar de alta	
Medio publicitario instalado en azotea del inmueble ubicado en Calzada de Tlalpan no. 1171, Col. San Simón, Alcaldía Benito Juárez	Adosado en muro ciego	Eje 5 sur Pañón Contreras No. 74 A, Col. Obispa, Alcaldía Cuauhtémoc, Ciudad de México	La propuesta resulta FAVORABLE Cumple con las distancias entre medios publicitarios. Para poder realizar la instalación deberá obtener la licencia correspondiente.

Derivado de lo anterior, se considere factible la propuesta para instalar un medio publicitario sobre muro ciego, ya que el medio que propone, contribuye al ordenamiento del paisaje urbano y a cumplir con el objeto de la Ley de Publicidad Exterior de retirar medios publicitarios instalados en azoteas.

La propuesta deberá ajustarse a cumplir con el artículo séptimo transitorio de la Ley de Publicidad Exterior, del numeral nueve. La Secretaría podrá otorgar licencias para medios publicitarios en muros ciegos de coincidencia en corredores publicitarios como modalidad sustituta de medios instalados en azoteas 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.

La proporción aproximada sería la siguiente:

40% del muro susceptible de publicitarse

Una vez entregada la Licencia, deberá contemplar la colocación de la placa de identificación en la instalación



América SEDU, Del Valle Central,  
Benito Juárez, CDLX, Ciudad de México  
Tel. 5626246 ext. 2425

Página 2 de 4

Ciudad INNOVADORA  
Y DE DERECHOS

Ilustración 21 Formato cambio de modalidad. Archivo SEDUVI.

## Cumplimiento de la nueva Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, anuncios de tipo azotea

Se realizó la búsqueda vía Google Maps de las ubicaciones y se anexaron los registros en las bases de datos correspondientes a los anuncios de azotea que se han retirado de acuerdo con las fechas acordadas por SEDUVI, posteriormente se consideraron los casos en los cuales podían reubicarse como anuncios de tipo autoportado o adosado a muro, siempre y cuando la zona y condiciones lo permitieran. Se llevó un control de los anuncios retirados por empresa.

## Visita a campo para el levantamiento de anuncios publicitarios

En equipos se realizó una visita en el corredor Paseo de la Reforma para el levantamiento de los anuncios instalados en la zona, se tomaron fotografías del mismo que fueron cotejadas posteriormente en la base de datos correspondiente.

## Análisis y revisión de MUPIS, relojes digitales

	A	B	C	D	E	F
1	No.	Distancia 150 m	Normatividad	ANP	Observaciones	Acción
2	48	NA	NA	92- Pueblo Iztacalco	Se encuentra en un área protegida	SE ELIMINA LA 48
3	79 con 80	92 m	No cumple	NO	Reubicar	SE REUBICA LA 80
4	60 con 67	141 m	No cumple	NO	Al reubicar, tener cuidado con la 59	SE REUBICA LA 60
5	52 con 53	142 m	No cumple	NO	hay dos 53; se eliminó el 53 que está entre 52 y 63	SE ELIMINA EL 53
6	53 con 63	66 m	No cumple	NO	Reubicar	66 PERMANECE EN EL SITIO
7	57 con 63	143 m	No cumple	NO	Reubicar	SE REUBICA EL 57
8	86 con 87	125 m	No cumple	NO	Reubicar	SE ELIMINA EL 87
9	8	NA	NA	48- Centro Histórico y Col. Del Carmen	Se encuentra en un área protegida	SE ELIMINA LA 8
10	18 con 19	50 m	No cumple	NO	Reubicar	SE REUBICA EL 19
11	15 con 16	104 m	No cumple	NO	Reubicar	15 PERMANECE EN EL SITIO
12	16 con 34	117 m	No cumple	NO	Reubicar	SE ELIMINA EL 16
13	34 con 35	115 m	No cumple	NO	Reubicar	34 PERMANECE EN EL SITIO
14	35 con 36	85 m	No cumple	NO	Al reubicar, tener cuidado con la 37	SE ELIMINA EL 35
15	37 con 38	61 m	No cumple	NO	Reubicar	37 PERMANECE EN EL SITIO
16	38 con 39	105 m	No cumple	NO	Reubicar	SE ELIMINA EL 38
17	39 con 40	113 m	No cumple	NO	Reubicar	39 PERMANECE EN EL SITIO
18	40 con 41	69 m	No cumple	NO	Reubicar	SE ELIMINA EL 40
19	41 con 42	53 m	No cumple	NO	Reubicar	SE ELIMINA EL 42
20	30 con 28	52 m	No cumple	NO	Reubicar	SE REUBICA EL 30

Ilustración 22 MUPIS, relojes digitales. Elaboración propia.

Se revisaron y analizaron las nuevas propuestas de publicidad que se desarrollaron para la Ciudad de México, presentadas por la empresa Clear Channel, para determinar cuáles de ellas se podían aprobar, cuáles se sometieron a ciertas condiciones como mejoramiento de la zona solicitando generar cruces peatonales seguros, implementar reductor de velocidad, colocación de señalamiento horizontal y señalamiento vertical, balizamiento vial, mantenimiento y cuidado de áreas verdes, reconstrucción de banquetas, restauración de guarniciones, entre otros; así como las propuestas que fueron rechazadas. Por ejemplo si el lugar no es apto, obstruye la vista de los conductores, no hay suficiente espacio en la banqueta para su instalación, se ubica en un área natural protegida; en otros casos se requirió proponer las ubicaciones que pueden beneficiar en la ciudad (Anexo 16).

## Análisis y revisión de MUPIS, emplazamiento ECOBICIS

A partir de las nuevas propuestas de emplazamiento del programa de ECOBICIS en la Ciudad de México, se analizaron las ubicaciones, revisando que cumplan los 150 metros de distancia permitida entre anuncios, que no se encuentren en Áreas Naturales Protegidas, para concluir que propuestas permanecen, cuales deben de reubicarse y las que fueron rechazadas por no cumplir con la normativa; en otros casos se requirió proponer las ubicaciones que pueden beneficiar en la ciudad.

A	B	C	D	E	F	G
Cons	Número	UBICACIÓN	REFERENCIA	GEOREFERENCIA	CONDICIONANTES A LA INSTALACIÓN DEL MOBILIARIO PARA EL MEJORAMIENTO DEL ESPACIO PÚBLICO	OBSERVACIONES
1	PROP01	Lago Como - Mariano Escobedo Parques Polanco Alcaldía: Miguel Hidalgo Colonia: Parques Polanco	Sobre banqueta poniente del entronque	19.43878480633444, -99.1840681286513	Generar cruce seguro mediante un reductor de velocidad, colocación de señalamiento horizontal y señalamiento vertical	Se recomienda mover el reloj del camellón a la banqueta, sin obstruir la visión del conductor hacia la incorporación, ni los señalamientos
2	PROP02	Cto. Estadio Azteca Alcaldía: Tlalpan Colonia: Comuneros Santa Úrsula	En camellón frente a Fester	19.303311667655688, -99.16003737702246	Balizamiento vial. Mantenimiento y cuidado de áreas verdes	
3	PROP05	Calz. De los Leones - Anillo Periférico Colonia Los Alpes Alcaldía: Álvaro Obregón.	sobre camellón generado de cruce seguro	19.356446266340434, -99.19899153121413	Generar cruce seguro sobre Calz De los Leones, con camellón para protección y resguardo peatonal. Balizamiento y señalamientos verticales.	
4	PROP06	Av. Ejército Nacional Mexicano - bahía caracas	Bajopunte, banqueta de escalonamiento	19.433498849110137, -99.17425213476525	Rehabilitar banqueta, mejorar condiciones de iluminación del sitio. Balizamiento	Colocar sobre franja de mobiliario urbano sin obstruir circulación peatonal
5	PROP07	Dr José María Vertiz - Dr Marquez. Colonia Doctores. Alcaldía Cuauhtémoc	Camellón sobre Vertiz, frende a CFE	19.41146907141527, -99.14889767478236	Rehabilitación de banqueta, balizamientos. Mejorar las condiciones del cruce peatonal	
6	PROP10	p. de los tamarindos y Gómez Farias Colonia: Santa Fe Delegación Álvaro Obregón	Sobre banqueta al final de bahía de ascenso de pasajeros, Junto al cruce	19.37502953961857, -99.26082330439932	Mejorar las condiciones de los cruces peatonales seguros. Mantenimiento y cuidado de áreas verdes. Balizamientos	Colocar sobre franja de mobiliario urbano. No obstruir circulación peatonal
7	PROP12	Av. Copilco. Col Copilco Universidad Aldafía Coyoacán	Camellón frente a Av. Copilco 209	19.336980068167797, -99.18265767043106	Balizamientos en banqueta	
8	PROP14	Rómulo O'Farril - Médanos	Sobre banqueta en intersección	19.355894691686668, -99.20089122997176	Mejorar condiciones de cruce peatonal seguro, balizamientos	Posible generación de cabecera de camellón en remanente de cruce peatonal

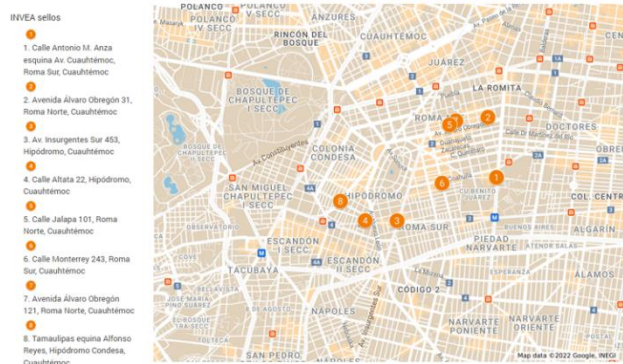
Ilustración 23 Ubicación de MUPIS. Archivo SEDUVI.

## Informe de actividades ante el Instituto de Verificación Administrativa (INVEA)

Se elaboró material gráfico para las presentaciones de los informes de actividades, donde se detallaba semanalmente los anuncios que se visitaban, declarando la ubicación del anuncio, tipo y fotografías del mismo, los anuncios podrían ser de tipo adosado a muro y azoteas, a los cuales acudía INVEA a colocar los sellos de suspensión; a los retiros de anuncios que realizaban las empresas en supervisión con Protección Civil se presentaba personal autorizado de SEDUVI como testigo de la actividad realizada.

Se realizó un recorrido de reconocimiento para la ubicación de anuncios, de los cuales se encontraron 8 anuncios adosados a muro con inconsistencias o no fueron encontrados en el Padrón de Anuncios Publicitarios-2015, 6 de ellos resultaron viables para colocación de sellos.

### Ubicación de anuncios con sellos de suspensión



Cuauhtémoc, Ciudad de México, México.

INVEA, SEDUVI.



Ilustración 24 Mapa Sellos de suspensión. Elaboración propia.

Proceso de cumplimiento de medidas reglamentarias de INVEA y SEDUVI:

- Se realizó la revisión en campo y en SIG el correcto uso de la licencia del anuncio.
- Se cotejó la información con el Padrón de Anuncios Publicitarios-2015 de la Ciudad de México.
- En caso de notar inconsistencias, SEDUVI solicitaba a INVEA visitas de verificación administrativa y en su caso sancionaba a las empresas que incumplían con las medidas reglamentarias.
- INVEA corroboraba que cada anuncio contara con una placa de identificación de la licencia respectiva, de acuerdo a la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México.

Estas medidas derivan de una sociedad inconforme por la omisión de las condiciones y características técnicas los diversos tipos de publicidad que existen y de los incumplimientos de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México.

### Colocación de sellos en envoltentes y muros



**8** **Ubicación:** Tamaulipas esquina Alfonso Reyes, colonia Hipódromo Condesa, alcaldía Cuauhtémoc, Ciudad de México, México.



*Ilustración 25 Diapositiva INVEA. Elaboración propia.*

## *Objetivos y metas alcanzadas*



Los objetivos iniciales se cumplieron parcialmente, ya que el tema de los anuncios publicitarios está en revisión constante, esto por la duración de las licencias o por que se requiere de un proceso que se cumple por etapas; sin embargo, se logró el apoyo que debía de prestarse en el área para la revisión y propuesta de nuevos medios de publicidad, la actualización y cotejo del padrón de publicidad, dibujo de esquemas, croquis y trípticos de publicidad exterior, revisión y mantenimiento de expedientes.

El apoyo proporcionado en el departamento de Publicidad Exterior me favoreció para adquirir nuevos conocimientos; conocer la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México me permitió ver a la ciudad desde otra perspectiva, entender que la comunicación es parte esencial del hacer y construir la urbe en la que vivimos, ver los cambios a los que se someten las construcciones por tener un anuncio publicitario y de qué manera esto influye en la imagen urbana y en la seguridad de los ciudadanos que la habitamos.

El objetivo que se dejó a un lado, restando la importancia que merece fue el tema patrimonial, pues solo se ubicaba que tipo de anuncio se encontraba cerca de las zonas protegidas; en este sentido, es preocupante, ya que edificios de valor histórico y patrimonial que han sido abandonados, empiezan a vandalizarse o a cubrirse de vegetación y poco a poco colocan vallas publicitarias para su supuesta remodelación y posteriormente puede haber alguna demolición o el lote se convierte en baldío y más tarde ya se construye una nueva edificación, por lo que es de gran importancia darle seguimiento a cada anuncio colocado cerca de las áreas protegidas, para la conservación de las edificaciones con valor patrimonial y/o histórico.

## Resultados y conclusiones



Actualmente, vivimos en la ciudad donde la publicidad es otro habitante más, lamentablemente hoy en día nuestra ciudad no puede ser imaginada sin la ola comercial que vive dentro: espectaculares, tapiales, vallas, edificios con enormes anuncios de cadenas comerciales y automotrices, baldones identificando los tacos de la esquina de la calle, gigantes pantallas que nos muestran el último modelo de tenis a la venta, la lona que cubre mitad del edificio anunciando el nuevo estreno en cines, puestos de periódicos, al subirse al metro, en cada vagón o camiones cubiertos totalmente con publicidad de la bebida refrescante. Los carteles y rótulos iluminan las calles, a los cuales ya nos hemos acostumbrado.

Ante la invasión de anuncios publicitarios -que en muchos casos lleva a la pérdida de edificios y elementos importantes arquitectónicos, así como el deterioro de la imagen urbana- se vuelve necesaria la regulación de los medios publicitarios, como lo propone la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México; sin embargo, a pesar del avance en las normativas se debe de reconocer que es insuficiente y deben de dictarse normas más estrictas para un reordenamiento en la ciudad. Es trabajo colaborativo de las instituciones (con la implementación de leyes y verificación de su cumplimiento), de las empresas publicitarias (respondiendo al cumplimiento de la Ley y su creatividad para anunciarse publicitariamente) y de la sociedad (para dar seguimiento y construir una ciudad limpia, una ciudad organizada, una ciudad segura).

Ser parte del proyecto “Planeación, Ordenamiento y Políticas de Regulación del Desarrollo Urbano” me permitió ver y analizar desde un punto diferente, para entender y conocer la ciudad que habito.

## Recomendaciones



- ✓ A la Universidad Autónoma Metropolitana a través de la División de Ciencias y Artes para el Diseño y la Coordinación de Servicio Social: dar el seguimiento correspondiente al alumno para que su trabajo se realice de acuerdo con lo establecido en el proyecto, ya que en ocasiones se realizan actividades distintas a las propuestas inicialmente. Actualizar constantemente el catálogo de proyectos para que se tenga variedad al momento de elegir uno para servicio social.
- ✓ A la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda a través de la Subdirección de Publicidad Exterior y responsables del Servicio Social: tener en cuenta que es el primer acercamiento profesional y laboral del alumno y reconocer la responsabilidad que se tiene como representantes de la institución para poder instruirnos en los trabajos de servicio social, somos un apoyo extra en sus labores, que deben de ir encaminadas a los objetivos del proyecto y a nuestro crecimiento profesional.
- ✓ Sobre el Proyecto “Planeación, Ordenamiento y Políticas de Regulación del Desarrollo Urbano”: el objetivo general es excelente para desarrollar nuestras habilidades aprendidas durante el curso académico; sin embargo, esos objetivos pueden variar dependiendo del departamento al que te corresponda, hay distintas áreas en SEDUVI y los objetivos cambian de acuerdo a cada una.



## Bibliografía y referencias bibliográficas

- Baladrón A., (2007), "Reflexiones sobre la omnipresencia publicitaria en el contexto urbano". *Publicidad y ciudad: la comunicación publicitaria y lo urbano*. Sevilla: Comunicación social.
- Brevia. E., (2008). *La Publicidad Exterior. Una mirada de 360°*. Madrid: Ediciones Ciencias Sociales.
- Comisión Federal De Comercio, s.f., *Acerca de la FTC* <<https://www.ftc.gov/es/acerca-de-la-ftc/lo-que-hacemos>> (Consultado 23-diciembre-2023).
- Eguizabal R., (1998), *Historia de la Publicidad*. Madrid: Editorial Eresma & Celeste Ediciones.
- Google Sites, (s.f.), Aplicaciones Prácticas. <<https://sites.google.com/a/student.ie.edu/sistaeolocalizacion/aplicaciones-practicas/web-2-0-google-maps>> (Consultado 19-agosto-2023).
- Google, (s.f.), My Maps. <[http://www.google.com/intl/es-419\\_mx/maps/about/mymaps/](http://www.google.com/intl/es-419_mx/maps/about/mymaps/)> (Consultado 19-agosto-2023).
- Jefatura De Gobierno, *Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México*, (s.f.), <[https://paot.org.mx/centro/leyes/df/pdf/2022/LEY\\_PUB\\_EXT\\_CDMX\\_06\\_06\\_2022.pdf](https://paot.org.mx/centro/leyes/df/pdf/2022/LEY_PUB_EXT_CDMX_06_06_2022.pdf)>. (Consultado 23-julio-2023)
- *Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México*, (2022), <[http://paot.org.mx/centro/leyes/df/pdf/2022/LEY\\_PUB\\_EXT\\_CDMX\\_06\\_06\\_2022.pdf](http://paot.org.mx/centro/leyes/df/pdf/2022/LEY_PUB_EXT_CDMX_06_06_2022.pdf)> (Consultado 23-diciembre-2023).
- Olivares F., (2009), "Cidade limpa" y la contaminación publicitaria en la ciudad <<http://ojs.ehu.es/index.php/Zer/article/download/2774/2386>> (Consultado 23-diciembre-2023).
- Protección Civil, (s.f.), Atlas Nacional de Riesgos. <[https://proteccioncivil.gob.mx/work/models/ProteccionCivil/Resource/375/1/images/lm\\_anr.pdf](https://proteccioncivil.gob.mx/work/models/ProteccionCivil/Resource/375/1/images/lm_anr.pdf)> (Consultado 19-agosto-2023).
- Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, 23.a ed., (versión 23.7 en línea). <<https://dle.rae.es>> (Consultado 23-julio-2023)
- Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, (2023), *Notas*. <<http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/presenta-seduvi-la-plataforma-digital-de-publicidad-exterior-de-la-ciudad-de-mexico-para-anunciantes-marcas-y-publicistas#:~:text=Con%20la%20Ley%20de%20Publicidad,el%20paisaje%20urbano%20y%20ambiental>> (Consultado 23-diciembre-2023).
- Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, *Manual del Reglamento de Publicidad Exterior de la Ciudad de México*, (s.f.), <[www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf](http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf)> (Consultado 23-julio-2023)
- Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, (s.f.), *Acerca de*. <[www.seduvi.cdmx.gob.mx](http://www.seduvi.cdmx.gob.mx)> (Consultado 23-julio-2023)
- Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, (s.f.), *Servicios*. <[https://www.seduvi.cdmx.gob.mx/servicios/servicio/ciudad\\_mx#:~:text=EL%20Sistema%20de%20Información%20Geográfica,PPDUs\)%3B%20en%20donde%20estos](https://www.seduvi.cdmx.gob.mx/servicios/servicio/ciudad_mx#:~:text=EL%20Sistema%20de%20Información%20Geográfica,PPDUs)%3B%20en%20donde%20estos)> (Consultado 19-agosto-2023)
- Tubella P., (2017), "Reino Unido prohibirá los anuncios que fomenten los estereotipos de género" <[http://elpais.com/internacional/2017/07/19/actualidad/1500477792\\_829457.html?outputType=amp](http://elpais.com/internacional/2017/07/19/actualidad/1500477792_829457.html?outputType=amp)> (Consultado 23-diciembre-2023).
- Urquijo J., (2019), *¿Conoces la legislación publicitaria en cada país?* <<http://www.elpublicista.es/articulos/conoces-legislacion-publicitaria-cada-pais>> (Consultado 23-diciembre-2023).
- Zarate, Anibal Y Chemas Vélez, Sergio. *Actualidad extranjera*. Revista digital de Derecho Administrativo, n.º19, primer semestre, Universidad Externado de Colombia, (2018), pp. 19-24. DOI: <<https://doi.org/10.18601/21452946.n19.03>> (Consultado 23-diciembre-2023).

Anexo 1. Infografía “Medios de Publicidad Exterior”.

# Medios de Publicidad Exterior

## Anuncios Permitidos

1. Autosoportados
2. Vallas
- 3 y 4. Mobiliario Urbano
5. Tapiales



Formatos de Publicidad que sustituirán a la publicidad “espectacular” de gran formato (en azoteas o en forma de anuncios autosoportados)

1) Sólo aquellos que se encuentren en el Padrón Oficial de Anuncios publicado en 2015.

2) Cartelera situada en lotes baldíos, estacionamientos públicos y obra en proceso, con fines publicitarios.

3 y 4) De nuevo diseño con publicidad integrada siempre que no afecten la movilidad peatonal, que difundan mensajes informativos a la ciudadanía y con una función social, además de generar beneficios a los transeúntes y al espacio público, utilizando tecnologías limpias.

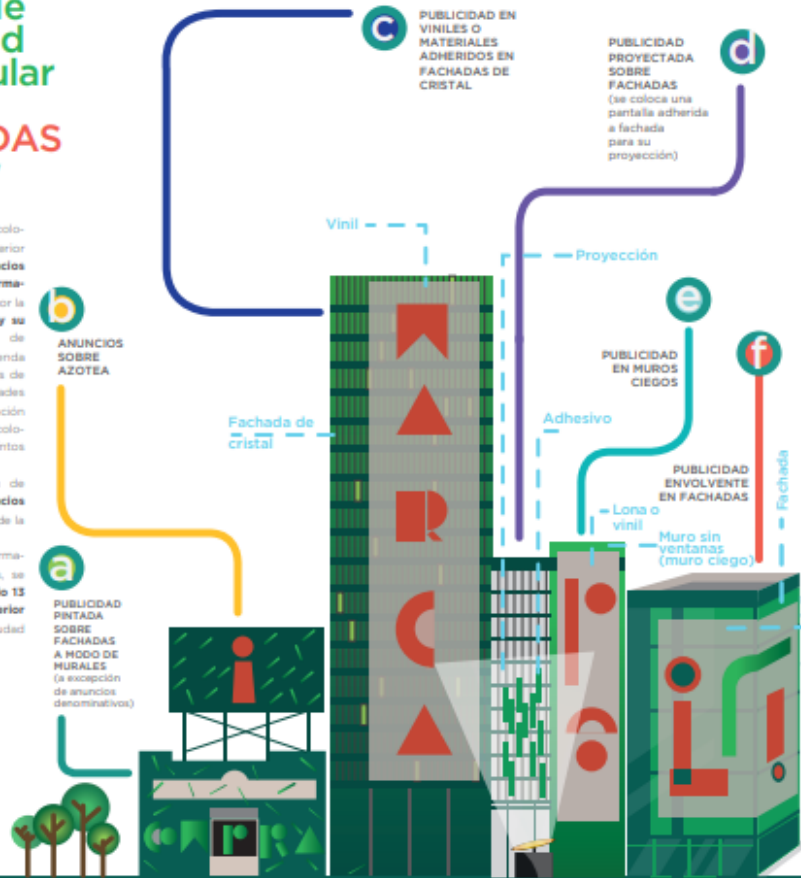
5) Tablero instalado en el perímetro de un predio para cubrir una obra en proceso de construcción o remodelación, o bien la lona, malla, manta u otro material flexible instalado en torno a la obra de la misma.

## Anexo 2. Infografía “Formas de publicidad espectacular exterior prohibidas por la Ley”.

### Formas de publicidad espectacular exterior PROHIBIDAS por la ley

En la Ciudad de México la colocación de la publicidad exterior también conocida como “anuncios espectaculares o de gran formato” está regulada y normada por la Ley de Publicidad Exterior y su reglamento. La Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi) tiene las atribuciones de otorgar licencias en vialidades primarias y Áreas de Conservación Patrimonial (ACP) para la colocación de publicidad de distintos formatos. También tiene la atribución de exhortar al retiro de los anuncios instalados en incumplimiento de la ley.

Para conocer cuáles son los formatos de publicidad prohibidos, se pueden consultar en el artículo 13 de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal, hoy Ciudad de México.



#### a PUBLICIDAD PINTADA SOBRE FACHADAS A MODO DE MURALES (a excepción de anuncios denominativos)

La publicidad pintada a manera de murales en fachadas o en muros ciegos (aquellos muros que no tienen ventanas o huecos) se encuentra **prohibida**, en especial sobre inmuebles que tienen un valor histórico, artístico o patrimonial.

¿Por qué están prohibidos?

Por el valor arquitectónico que tienen estos inmuebles, las intervenciones que se realizan deben contar con las autorizaciones correspondientes del INAH, INBAL y Seduvi, con la finalidad de garantizar que los materiales utilizados no ocasionen daños al inmueble.

#### b ANUNCIOS SOBRE AZOTEA

**RIESGO ALTO**

Los anuncios en azotea están en un proceso de ordenamiento y retiro. Los publicistas que se encuentran en el padrón y la Seduvi están trabajando en conjunto para ordenar el paisaje urbano y eliminar aquellos que están en riesgo en materia de protección civil.

Los espectaculares deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Bitácora de mantenimiento al día y dictamen estructural firmados por un Director Responsable de Obra (DRO).
- Garantizar que ningún árbol sea retirado o cortado con el fin de mejorar la visibilidad.

#### c PUBLICIDAD EN VINILES O MATERIALES ADHERIDOS EN FACHADAS

**RIESGO ALTO**

La colocación de publicidad de gran formato con calcomanías o elementos que se adhieren en fachadas de cristal está prohibida por la ley, ya que obstruye el paso de la iluminación y en algunos casos la ventilación y ocasionando riesgos al interior del inmueble, ocasionando riesgos en materia de protección civil para sus usuarios.

#### d PUBLICIDAD PROYECTADA SOBRE FACHADAS

**RIESGO ALTO**

Para la proyección de publicidad en edificios es necesario contar con la autorización de la Seduvi, al igual que con el Dictamen de Opinión Técnica favorable en materia de Protección Civil.

Estas proyecciones deben ser temporales y sin la colocación permanente de pantallas o películas adheridas al edificio.

#### e PUBLICIDAD EN MUROS CIEGOS

Para la colocación de publicidad en muros ciegos (aquellos que no tienen ventanas o puntos por los que entre iluminación o ventilación) se requiere de una licencia emitida por la Seduvi, sin esta **no es factible** su instalación.

#### f PUBLICIDAD ENVOLVENTE EN FACHADAS

**RIESGO ALTO**

Se trata de publicidad que envuelve una parte o todo el edificio. Esta es altamente riesgosa debido a que si en el interior del inmueble ocurre algún siniestro no será posible detectarlo porque la lona obstruye la visibilidad y esto dificultaría cualquier acción de rescate.

#### DUDAS Y ASESORÍAS

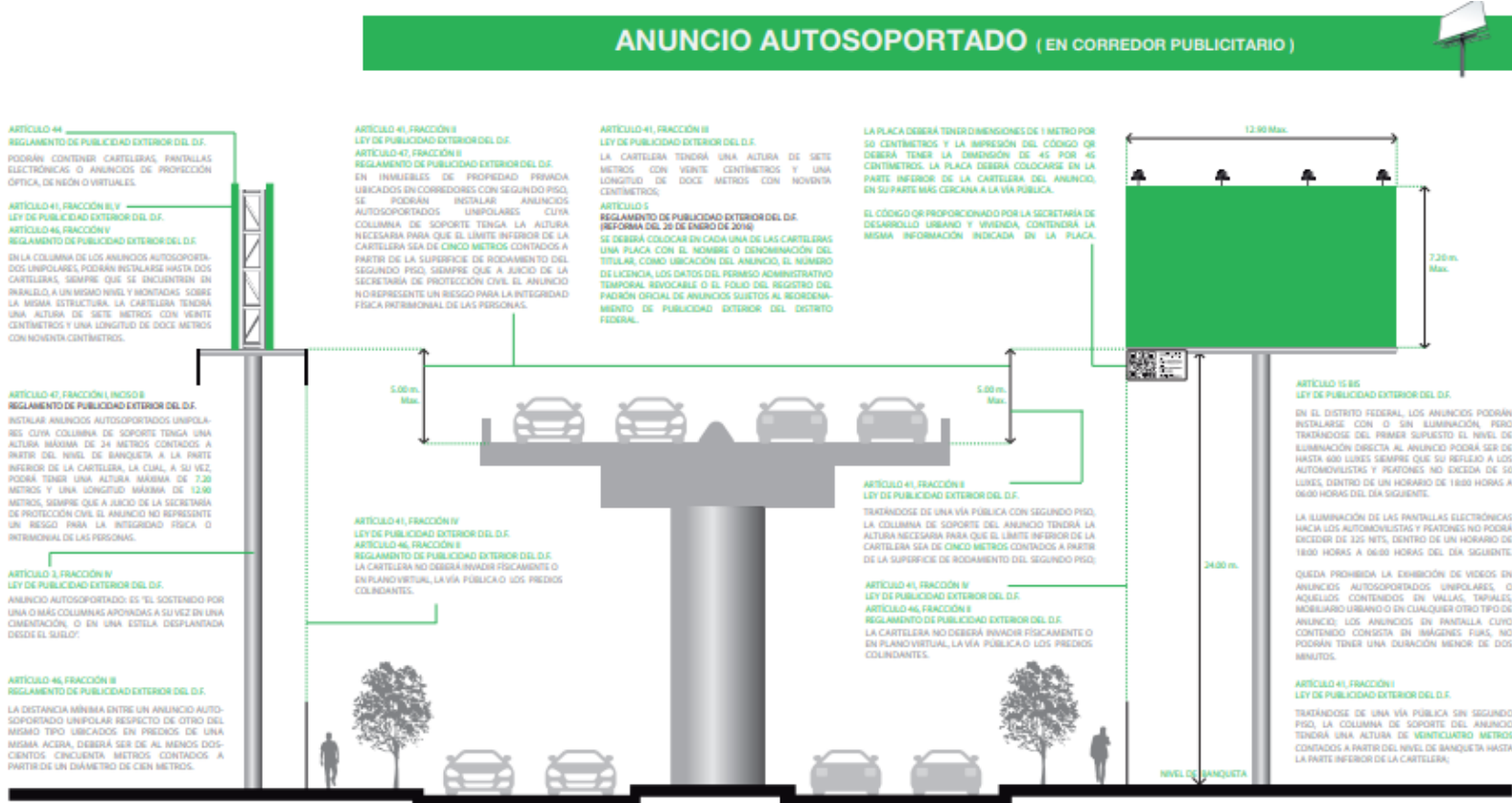
[sdpemex.seduvi@gmail.com](mailto:sdpemex.seduvi@gmail.com)



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE MÉXICO | SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA

CIUDAD PERSONAL Y DE DERECHOS | NUESTRA CASA

## Anexo 3. Infografía “Anuncio Autoportado (en corredor publicitario)”.



ARTÍCULO 3, FRACCIÓN IV, LPEDF

### ANUNCIO AUTOSOPORTADO

EL SOSTENIDO POR UNA O MÁS COLUMNAS APOYADAS A SU VEZ EN UNA CIMENTACIÓN, O EN UNA ESTELA DESPLANTADA DESDE EL SUELO.

SÓLO PODRÁN INSTALARSE ANUNCIOS QUE CUENTEN CON PERMISO ADMINISTRATIVO TEMPORAL REVOCABLE, LICENCIA, O EN SU CASO AUTORIZACIÓN TEMPORAL, PREVIO PAGO DE DERECHOS (ARTÍCULO 12, LPEDF)

## Anexo 3. Infografía “Vallas”.

### VALLAS

ARTÍCULO 17, FRACCIÓNES II y III  
LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL D.F.

ARTÍCULO 46, FRACCIÓN III  
REGLAMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL D.F.

TRATÁNDOSE DE OBRAS, EN PROCESO DE CONSTRUCCIÓN O DE REHABILITACIÓN, LOS TAPALES TENDRÁN UNA ALTURA MÁXIMA DE TRES METROS Y UNA LONGITUD MÁXIMA DE CINCO METROS.

ARTÍCULO 46, FRACCIÓN III  
REGLAMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL D.F.

LOS ANUNCIOS DEBERÁN INSTALARSE CON UN INTERVALO DE POR LO MENOS UN METRO DE SEPARACIÓN ENTRE CADA UNO. UN ANUNCIO PODRÁ INSTALARSE HACIA POR UN LADO DE DOS VALLAS DE MEDIDAS REGLAMENTARIAS.

ARTÍCULO 15, III  
LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL D.F.

ARTÍCULO 46, FRACCIÓN III  
REGLAMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL D.F.  
CADA VALLA DEBERÁ CONTAR CON SU PROPIO SISTEMA DE ILUMINACIÓN, Y DEBERÁ CONTAR CON SENSOR DE INTENSIDAD Y SISTEMA AUTOMÁTICO DE ASISTE DE ESTA QUE LA REDUZCA AL NIVEL PERMITIDO.

ARTÍCULO 17, FRACCIÓN III  
LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL D.F.

ARTÍCULO 46, FRACCIÓN III  
REGLAMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL D.F.  
EN NINGUN CASO LAS VALLAS PODRÁN FLUJARSE A LA FACIENDA O BARRIO O PARAMENTO DE LA CONSTRUCCIÓN NI INSTALARSE EN DOS LÍNEAS PARALELAS.



ARTÍCULO 15, III  
LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL D.F. (VALLAS CON VENTANAS)

EN EL DISTRITO FEDERAL, LOS ANUNCIOS PODRÁN INSTALARSE CON O SIN ILUMINACIÓN, PERO TRATÁNDOSE DEL PRIMER SUPUESTO SI, NIVEL DE ILUMINACIÓN DIRECTA AL ANUNCIO PODRÁ SER DE HASTA 600 LUXES SIEMPRE QUE SU REDUZA A LOS AUTOMÁTICAMENTE Y FICIONES NO EXCEDA DE 16 LUXES, DENTRO DE UN HORARIO DE 1800 HORAS A 1800 HORAS DEL DÍA SIGUIENTE.

EN EL CASO DE VALLAS, LA LUMINOSIDAD DE LAS VALLAS NO PODRÁ EXCEDER DE 325 NIT, ADICIÓN, DEBERÁN CONTAR CON SENSOR DE INTENSIDAD Y SISTEMA AUTOMÁTICO DE ASISTE DE ESTA, QUE REDUZCA LA MEDIDA AL NIVEL PERMITIDO.

ARTÍCULO 17, FRACCIÓNES II y III  
LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL D.F.

ARTÍCULO 46, FRACCIÓN III  
REGLAMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL D.F. (REFORMA DEL 20 DE ENERO DE 2016)

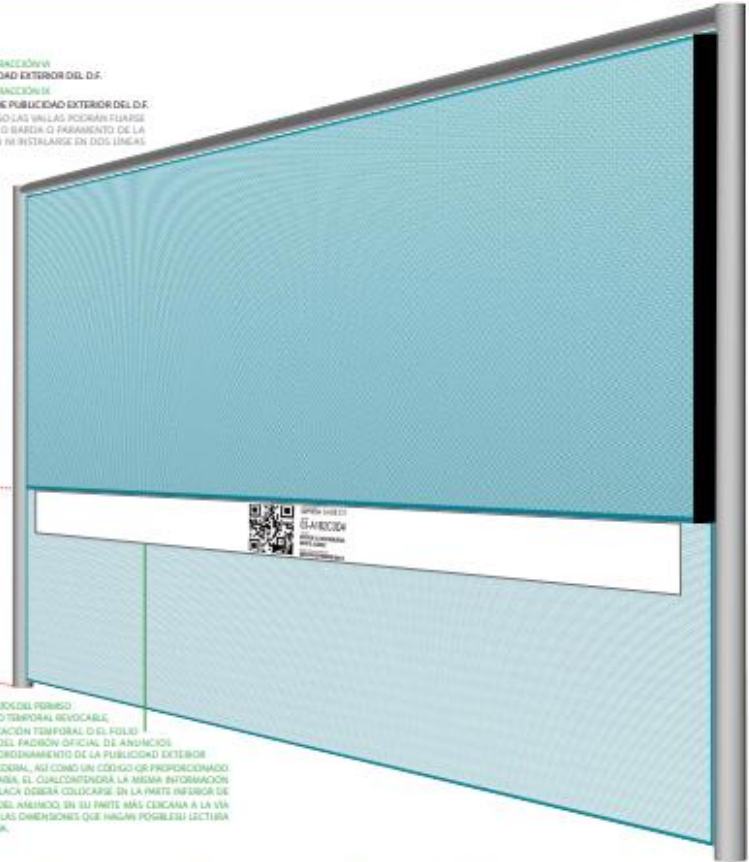
TRATÁNDOSE DE ANUNCIOS EN MUROS CIEGOS, VALLAS O TAPALES, EL NOMBRE O DENOMINACIÓN DEL TITULAR, EL NOMBRE DE LICENCIA O AUTORIZACIÓN TEMPORAL CORRESPONDIENTE, LA VIGENCIA Y LA UBICACIÓN DEL ANUNCIO DEBERÁN INDICARSE A LO LARGO DEL ANUNCIO INFERIOR DEL MATERIAL INSTALADO. DEBERÁN COLOCAR EN CADA UNA DE LAS CARTELERAS DE ANUNCIOS, UNA PLACA QUE DEBERÁ CONTENER EL NOMBRE O DENOMINACIÓN DEL TITULAR, UBICACIÓN DEL ANUNCIO, EL NOMBRE DE

LICENCIA, LOS DATOS DEL PERMISO ADMINISTRATIVO TEMPORAL REVOCABLE, DE LA AUTORIZACIÓN TEMPORAL O DEL FOLIO DE REGISTRO DEL PADRÓN OFICIAL DE ANUNCIOS SUJETOS AL REORDENAMIENTO DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL, ASÍ COMO UN CÓDIGO QR PROPORCIONADO POR LA SOCIEDAD, EL CUAL CONTENDRÁ LA MISMA INFORMACIÓN INDICADA. LA PLACA DEBERÁ COLOCARSE EN LA PARTE INFERIOR DE LA CARTELERA DEL ANUNCIO, EN SU PARTE MÁS CERCANA A LA VÍA PÚBLICA Y CON LAS DIMENSIONES QUE HAGAN POSIBLE SU LECTURA DESDE LA VÍA.

ARTÍCULO 1, FRACCIÓN XXXIX, LPEDF  
ANUNCIO TIPO VALLA

CARTELERA SITUADA EN LOTES BALDÍOS O ESTACIONAMIENTOS PÚBLICOS, CON FINES PUBLICITARIOS, DE CONFORMIDAD CON LO DISPUESTO POR ESTA LEY. SÓLO PODRÁN INSTALARSE ANUNCIOS QUE CUENTEN CON PERMISO ADMINISTRATIVO TEMPORAL REVOCABLE, LICENCIA, O EN SU CASO AUTORIZACIÓN TEMPORAL, PREVIO PAGO DE DERECHOS. (ARTÍCULO 12, LPEDF)

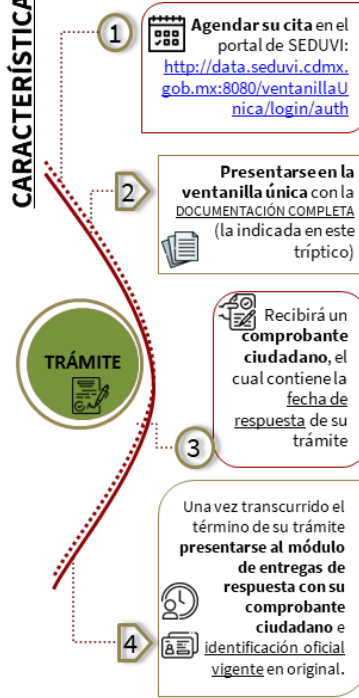
1.50m. Max. En Caso de Pantalla Electrónica



## Anexo 5. Tríptico informativo “Autorización temporal para anuncio en tapial”.

### CARACTERÍSTICAS TAPIAL

**Objetivo:**  
Colocar un anuncio en un tapial  
**¿Quién realiza este trámite?**  
Persona física o moral que se acredite



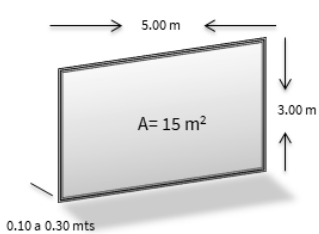
### AUTORIZACIÓN TEMPORAL TAPIAL

#### CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL TAPIAL:

Sólo podrán ubicarse en predios con obras en construcción o remodelación y durante el tiempo que dure la obra



Cuando el anuncio forme parte de un tablero, deberá tener las dimensiones 3.00 x 5.00 mts y deberá instalarse sobre la vía pública a una distancia de entre 10 y 30 centímetros respecto del límite del predio



#### REQUISITOS:

- Formato TSEDUVI\_ATAT\_1 debidamente requisitado
- Persona física: **identificación oficial vigente**<sup>1</sup>
- Persona moral: **Acta Constitutiva y Poder Notarial** que acredite la personalidad de representante legal e identificación oficial vigente<sup>1</sup>
- Comprobante de pago** de derechos
- Escritura del inmueble** donde se pretende instalar el anuncio.
- Contrato de arrendamiento** entre propietario del inmueble y el solicitante.
- Constancia de no adeudo de agua** emitida por SACMEX.
- Registro de Manifestación de Construcción** sellada ante Alcaldía correspondiente.
- Póliza de seguro de responsabilidad civil** por daños a terceros.
- Planos**<sup>2</sup> acotados y a escala de: plantas, alzados y cortes de los anuncios; estructurales, instalación eléctrica, iluminación, sistema electrónico, diseño gráfico de identificación y ubicación en el tapial. Incluir acabados, color y texturas.
- Planos de estructura** de soporte de los anuncios (incluir tipos de materiales y dimensiones)
- Perspectiva o render:** Del anuncio en tapial individual y con los anuncios instalados
- En su caso:**
  - I. Proyecto de propuesta de recuperación y mantenimiento de áreas verdes y espacio público.
  - II. Manifestación de voluntad para la futura suscripción del instrumento jurídico.
    - Cuando el inmueble en se encuentre en
      - a) Área de Conservación Patrimonial: **Dictamen favorable** de la Dirección de Patrimonio Cultural Urbano y de Espacio Público
      - b) Suelo de Conservación: **Autorización de Impacto Ambiental**
    - Declaración bajo protesta** de decir verdad de la persona responsable de la obra, señalando que no se afectarán árboles en obras de instalación.
    - Carnet de DRO** y en su caso de cada Corresponsable.



Cuando el inmueble en se encuentre en Área de Conservación Patrimonial; deberá cumplir con el **Dictamen favorable** de la Dirección de Patrimonio Cultural Urbano y de Espacio Público



Cuando el anuncio forme parte de una lona, malla, manta u otro material flexible, **podrá instalarse sobre la edificación o en andamios que la circundan**, con una altura y longitud homólogas a las de la edificación, siempre que la Secretaría de Protección Civil otorgue una opinión técnica favorable

<sup>1</sup> Es obligación del solicitante **consultar** la información complementaria en el capítulo quinto> De las vallas y tapiales **artículos 49 al 52 del Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del DF**

#### DATOS DEL TRÁMITE:

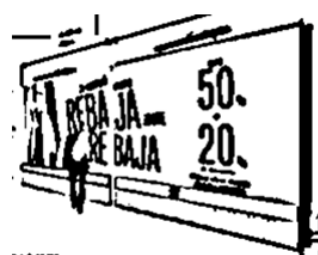
- Costo del trámite:**
  - ▶ \$1,329.00 m<sup>2</sup> vías primarias y secundarias
  - ▶ \$1,462.00 m<sup>2</sup> con pantalla electrónica
  - ▶ \$1,477.00 m<sup>2</sup> áreas de conservación patrimonial, elementos de patrimonio cultural
  - ▶ \$1,609.00 m<sup>2</sup> con pantalla electrónica

**Tiempo de respuesta:**  
**30 días hábiles**

**Documento que se obtiene:**  
**Autorización temporal**

**Vigencia del documento:**  
**2 años**

<sup>1</sup> Podrá realizar el trámite: una persona acreditada con carta poder firmada ante dos testigos, presentando su identificación oficial vigente y de la persona interesada. En caso de una persona distinta para oír y recibir notificaciones, deberá presentar identificación oficial vigente  
<sup>2</sup> El pie de plano debe contener: croquis de ubicación del anuncio, escala grafica, fecha, nombre del plano y número, nombre y firma de la persona solicitante  
<sup>3</sup> Es obligación del solicitante consultar la información de los formatos de solicitud en el capítulo 4to> De las autorizaciones temporales, artículo 76 y 77 de La Ley de Publicidad Exterior del DF  
Los documentos previstos para este trámite deberán contener la firma de la persona solicitante y del DRO y entregarse en versión digital e impresa, (presentar copia simple y original para cotejo)  
<sup>4</sup> Identificación oficial vigente son válidos los siguientes documentos: credencial para votar, pasaporte, licencia de conducir, Cartilla del Servicio Militar Nacional, cédula profesional.  
<sup>5</sup> Consultar en el capítulo 4to> De las autorizaciones temporales, los artículos 78 y 79 de La Ley de Publicidad Exterior del DF



### Autorización Temporal para Anuncio en Tapial



Realiza tu trámite en Atención ciudadana  
Calle: Amores #1322, Col. Del Valle Centro, Benito Juárez, C.P. 03100, CDMX. (Acceso por la calle San Lorenzo 712)  
55 51 30 21 00, Ext. 2223, 2340  
[sdpemu@gmail.com](mailto:sdpemu@gmail.com), [contacto@seduvi.cdmx.gob.mx](mailto:contacto@seduvi.cdmx.gob.mx)  
Tramita tu cita escaneando el siguiente código QR:

## Anexo 6. Tríptico Informativo “Autorización temporal para anuncio de información cívica o cultural”.

ANUNCIO DE INFORMACION CIVICA O CULTURAL



### CARACTERÍSTICAS\* GENERALES DEL ANUNCIO DE INFORMACIÓN CÍVICA:

La información cultural podrá difundirse en:

I. **Pendones sobre la fachada del edificio:**

La altura no podrá ser mayor al 70% de la altura del edificio y su ancho no mayor a 1.50 mts, no cubrir los vanos.



I. **Postes con soportes para instalar gallardetes:**

Colocados en torno al edificio del evento a una distancia aproximada de una cuadra, con una altura hasta 3 mts, ancho hasta 0.60 mts, y del nivel de la banqueta a la parte inferior del gallardete medie una altura de por lo menos 3 mts.



Los gallardetes sólo podrán instalarse en torno al edificio donde se lleve a cabo el evento cultural a difundir, en postes ubicados en las vías públicas dentro de un radio de veinte kilómetros.



### REQUISITOS\*:

- Formato TSEDUVI\_ATICC\_1 debidamente requisitado
- Persona física: **identificación oficial vigente**<sup>1</sup>
- Persona moral: **Acta Constitutiva y Poder Notarial** que acredite la personalidad de representante legal e identificación oficial vigente <sup>1</sup>
- Comprobante de pago** de derechos
- Identificación oficial vigente de la persona propietaria del inmueble** donde se instalará el anuncio
- Plano** en el que se indiquen ubicación, diseño, dimensiones, materiales, colores y demás especificaciones técnicas del pendón o gallardete, así como una fotografía del inmueble con el montaje de los mismos.<sup>2</sup>
- Muestra gráfica** del anuncio y su contenido
- Declaración bajo protesta** de decir verdad de la persona responsable de la obra, señalando que no se afectarán árboles en obras de instalación.

<sup>1</sup> Podrá realizar el trámite: una persona acreditada con carta poder firmada ante dos testigos, presentando su identificación oficial vigente y de la persona interesada. En caso de una persona distinta para oír y recibir notificaciones, deberá presentar identificación oficial vigente

<sup>2</sup> El pie de plano debe contener: croquis de ubicación del anuncio, escala gráfica, fecha, nombre del plano y número, nombre y firma de la persona solicitante

<sup>3</sup> Es obligación del solicitante consultar la información de los formatos de solicitud en el capítulo 4to> De las autorizaciones temporales, artículo 76 y 77 de La Ley de Publicidad Exterior del DF.

Los documentos previstos para este trámite deberán contener la firma de la persona solicitante y del DRO y entregarse en versión digital e impresa. (presentar copia simple y original para cotejo)  
 \*Identificación oficial vigente: son válidos los siguientes documentos: credencial para votar, pasaporte, licencia de conducir, Certilla del Servicio Militar Nacional, cédula profesional.  
<sup>4</sup> Consultar en el capítulo 4to> De las autorizaciones temporales, los artículos 78 y 79 de La Ley de Publicidad Exterior del DF.

- Las expresiones artísticas que difundan las dependencias, órganos o entidades de la Administración Pública del DF, podrán contenerse en **carteleros de formato uniforme instalados en las rejas y bardas de inmuebles del dominio público.**



**NO SE PERMITE** instalar anuncios en bardas, presas, canales, puentes vehiculares y peatonales, pasos a desnivel, bajo-puentes, camellones con o sin vegetación, muros de contención, taludes, antenas de telecomunicación y sus soportes, ni en semáforos

### DATOS DEL TRÁMITE:



**Costo del trámite:**

- \$74.50 por pendón o gallardete



**Tiempo de respuesta:**

**30 días hábiles**



**Documento que se obtiene:**

**Autorización temporal**



**Vigencia del documento\*:**

**90 días naturales**, o en su caso la duración del evento



### Autorización Temporal para Anuncio de Información Cívica o Cultural



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA

Realiza tu trámite en Atención ciudadana

Calle: Amores #1322, Col. Del Valle Centro, Benito Juárez, C.F. 03100, CDMX, (Acceso por la calle San Lorenzo 712)

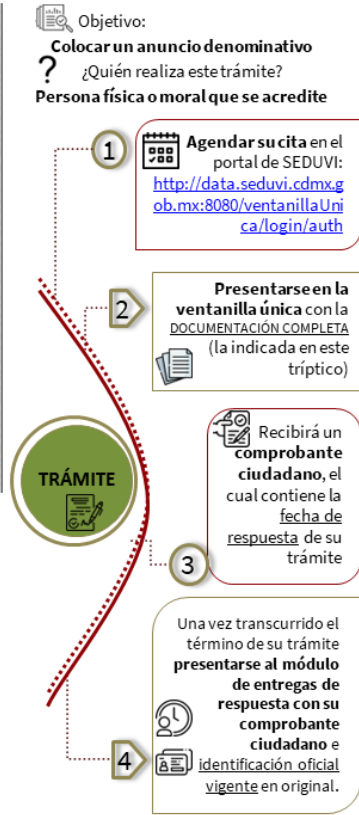
Tel: 55 51 30 21 00, Ext.: 2112 o 2271

contacto@seduvi.cdmx.gob.mx

Tramita tu cita

escaneando el siguiente código QR:

## Anexo 7 Tríptico informativo “Licencia de anuncio denominativo”.



- REQUISITOS<sup>1</sup>:**
- Formato TSEDUVI\_LAD\_1 debidamente requerido
  - Persona física: **identificación oficial vigente<sup>4</sup>**
  - Persona moral: **Acta Constitutiva y Poder Notarial** que acredite la personalidad de representante legal e identificación oficial vigente<sup>2</sup>
  - Comprobante de pago de derechos
  - Identificación oficial vigente del propietario del inmueble
  - Escritura del inmueble donde se pretende instalar el anuncio.
  - Contrato de arrendamiento entre propietario del inmueble y el solicitante.
  - Constancia de no adeudo de agua emitida por SACMEX.
  - Constancia de no adeudo predial
  - Póliza de seguro de responsabilidad civil por daños a terceros.
  - Planos<sup>2</sup> acotados y a escala de: plantas, alzados y cortes de los anuncios; estructurales, instalación eléctrica, iluminación, incluir diseño, materiales estructurales, acabados, color, texturas, dimensiones y demás especificaciones técnicas del anuncio, así como una fotografía del inmueble.
  - Perspectiva o render de la edificación.
  - Cálculos estructurales y memoria estructural.
  - Declaración bajo protesta de decir verdad de la persona responsable de la obra, señalando que no se afectarán árboles en obras de instalación.
  - Carnet de DRO y en su caso de cada Corresponsable.
  - Opinión técnica favorable de la Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil
  - Para anuncios denominativos auto soportados, dictamen emitido por DRO o, en su caso, por Corresponsable en Seguridad Estructural, en el que se señale que el diseño para la instalación del anuncio cumple con los criterios que en materia de riesgos establece la Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil

- Cuando el inmueble en se encuentre en
  - Área de Conservación Patrimonial: **Dictamen favorable** de la Dirección de Patrimonio Cultural Urbano y de Espacio Público
  - Suelo de Conservación: **Autorización de Impacto Ambiental, Autorización de Uso y Ocupación** que haya expedido la Alcaldía para la edificación

**DATOS DEL TRÁMITE:**

**Costo del trámite:**  
• \$6,516.00 m<sup>2</sup> vías primarias y secundarias, áreas de conservación patrimonial y elementos de patrimonio cultural urbano, suelo de conservación

**Tiempo de respuesta:**  
30 días hábiles

**Documento que se obtiene:**  
Licencia

**Vigencia del documento<sup>3</sup>:**  
3 años prorrogables

<sup>1</sup> Podrá realizar el trámite: una persona acreditada con carta poder firmada ante dos testigos, presentando su identificación oficial vigente y de la persona interesada. En caso de una persona distinta para oír y recibir notificaciones, deberá presentar identificación oficial vigente  
<sup>2</sup> El pie de plano debe contener: croquis de ubicación del anuncio, escala grafica, fecha, nombre del plano y número, nombre y firma de la persona solicitante  
<sup>3</sup> Es obligación del solicitante consultar la información de los formatos de solicitud en el capítulo 3ro> De las licencias, artículo 72 de La Ley de Publicidad Exterior del DF  
 Los documentos previstos para este trámite deberán contener la firma de la persona solicitante y del DRO y entregarse en versión digital e impresa, (presentar copia simple y original para cotejo)  
<sup>4</sup> Identificación oficial vigente, son válidos los siguientes documentos: credencial para votar, pasaporte, licencia de conducir, Cartilla del Servicio Militar Nacional, cédula profesional.

**CARACTERÍSTICAS\* GENERALES DEL ANUNCIO DENOMINATIVO:**  
Podrá contener cualquiera de estos elementos:

ambos deberán contenerse e en el mismo tipo de anuncio denominativo: **LOGOTIPO O EMBLEMA** y **ESLOGAN**

Se permite: Un anuncio pintado en las cenefas de cada toldo y un anuncio en cada cortina metálica, cuya superficie podrá cubrir hasta 50% de la correspondiente a la cortina.

No se considera anuncio de publicidad exterior: la información de compra, venta, renta, traspaso, oferta de empleo; el anuncio debe ser único y de carácter temporal (30 días), no exceder 1.50 m<sup>2</sup>, no obstruir la visibilidad de entradas, salidas o ventanas y no presentar riesgo alguno para las personas.

En las edificaciones podrá instalarse:

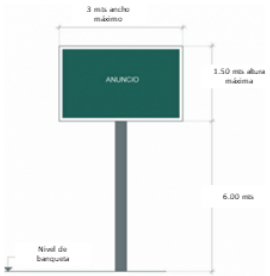
- Adosado a la fachada
- Letras adosadas a la fachada
- Letras separadas sobre marquesinas
- Integrado a la fachada
- Pintado en la fachada.

En establecimientos mercantiles NO SE PERMITEN mensajes adicionales: Detalles o promociones, marcas, anuncios pintados o adheridos al vidrio, anuncios en gabinete dentro de un escaparate.

**ANUNCIOS AUTOSOPORTADOS:**

- Se instalarán en gasolineras, centros comerciales, auditorios e inmuebles
- De tipo unipolar o en estela

Un anuncio por predio y en área libre



- En ningún caso podrán instalarse anuncios:
  - Cuyo nivel superior rebase la cubierta de planta baja
  - Que obstruyan uno o más vanos
  - En las azoteas o pretilas de las edificaciones
  - Pintados en la superficie mayor de un toldo
  - Consistentes en pantallas electrónicas adosadas al muro o en alto relieve

\* Es obligación del solicitante consultar la información complementaria en el capítulo primero> De los anuncios denominativos, artículos 15 al 30 del Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del DF



### Licencia de Anuncio Denominativo



Realiza tu trámite en Atención Ciudadana  
 Calle: Amores #1322, Col. Del Valle Centro, Benito Juárez, C.P. 03100, CDMX, (Acceso por la calle San Lorenzo 712)  
 55 51 30 21 00, Ext. 2223, 2340  
[sdpemu@gmail.com](mailto:sdpemu@gmail.com)  
 Tramita tu cita  
 escaneando el siguiente código QR:



## Anexo 8. Tríptico informativo “Licencia de anuncio de propaganda comercial o adosado a muro ciego en corredor publicitario”.



- REQUISITOS\*:**
- Formato TSEDUVI\_LPCMC\_1 debidamente requerido
  - Persona física: **identificación oficial vigente<sup>4</sup>**
  - Persona moral: **Acta Constitutiva y Poder Notarial** que acredite la personalidad de representante legal e identificación oficial vigente<sup>4</sup>
  - Comprobante de pago** de derechos
  - Identificación oficial vigente del propietario** del inmueble
  - Escritura del inmueble** donde se pretende instalar el anuncio.
  - Contrato de arrendamiento** entre propietario del inmueble y el solicitante.
  - Constancia de no adeudo de agua** emitida por SACMEX.
  - Constancia de no adeudo de impuesto predial**
  - Declaración bajo protesta** de decir verdad de la persona responsable de la obra, señalando que no se afectarán árboles en obras de instalación.
  - Planos<sup>2</sup>** acotados y a escala de: plantas, alzados; estructurales, deben incluir materiales estructurales, acabados, color y texturas.
  - Perspectiva o render del entorno**, en la que se considere el anuncio de que se trate
  - Cálculos estructurales y memoria estructural.**
  - Opinión técnica** de la Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil en el sentido de que el anuncio no representa un riesgo para la integridad física o patrimonial de las personas
  - Póliza de seguro de responsabilidad civil** por daños a terceros.
  - Cuando el inmueble en se encuentre en Área de Conservación Patrimonial: **Dictamen favorable** de la Dirección de Patrimonio Cultural Urbano y de Espacio Público
  - Suelo de Conservación: **Autorización de Impacto Ambiental**
  - Corredor Publicitario: **Dictamen favorable** de la Dirección de Patrimonio Cultural Urbano y Espacio Público.
  - Carnet de DRO** y en su caso de cada Corresponsable.

### DATOS DEL TRÁMITE:

- Costo del trámite:**
- \$961.00 m<sup>2</sup> de cartelera por año, autosoportados con pantalla electrónica en corredor publicitario
  - \$828.00 m<sup>2</sup> en muros ciegos
  - \$961.00 m<sup>2</sup> con pantalla electrónica
  - \$2,444.00 m<sup>2</sup> en mobiliario urbano con pantalla electrónica

**Tiempo de respuesta:**  
**30 días hábiles**

**Documento que se obtiene:**  
**Licencia**

**Vigencia del documento<sup>3</sup>:**

- **Formato: 1 año**
- **Ley: 3 años**

<sup>1</sup> Podrá realizar el trámite: una persona acreditada con carta poder firmada ante dos testigos, presentando su identificación oficial vigente y de la persona interesada. En caso de una persona distinta para oír y recibir notificaciones, deberá presentar identificación oficial vigente

<sup>2</sup> El pie de plano debe contener: croquis de ubicación del anuncio, escala grafica, fecha, nombre del plano y numero, nombre y firma de la persona solicitante

<sup>3</sup> Es obligación del solicitante consultar la información de los formatos de solicitud en el capítulo 3ro° De las licencias, artículo 72 de La Ley de Publicidad Exterior del DF

Los documentos previstos para este trámite deberán contener la firma de la persona solicitante y del DRO y entregarse en versión digital e impresa, (presentar copia simple y original para cotejo)

<sup>4</sup> Identificación oficial vigente, son válidos los siguientes documentos: credencial para votar; pasaporte; licencia de conducir; Cartilla del Servicio Militar Nacional; cédula profesional.

### CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA PROPAGANDA COMERCIAL:

En propiedad privada podrán instalarse anuncios **autosoportados unipolares y adosados a muros ciegos** en corredores publicitarios

Los **corredores publicitarios\*\*** estarán sujetos a las siguientes reglas:

La superficie del corredor estará delimitada, en sentido longitudinal, por los **tramos de la vía primaria**; y en sentido transversal, por el **ancho de la misma vía** considerado de paramento a paramento de fachadas

En ningún caso podrán formar parte del corredor **las vías adyacentes.**

Los límites y la superficie del corredor publicitario, deberán constar en un **plano a escala**



En los corredores publicitarios podrán instalarse:

- ▶ Anuncios autosoportados unipolares
- ▶ Nodos publicitarios
- ▶ Anuncios en vallas
- ▶ Anuncios en tapiales
- ▶ En mobiliario urbano
- ▶ En muros ciegos

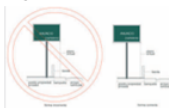
\* Consultar en el capítulo 3ro° De los nodos y corredores publicitarios artículos 39 al 41 de la Ley de Publicidad Exterior del DF

Los anuncios autosoportados unipolares permitidos podrán contener **carteleras, pantallas electrónicas o proyección óptica, de neón o virtuales.**

Los anuncios autosoportados unipolares deberán instalarse a tresbolillo



La cartelera de los anuncios autosoportados unipolares y los adosados a muros ciegos de propiedad privada, **no deberá invadir físicamente o en plano virtual, la vía pública o los predios colindantes**



La distancia mínima entre un anuncio autosoportado unipolar respecto de otro ubicados en predios de una misma acera, deberá ser de al menos **250 mts. contados a partir de un diámetro de 100 mts.**

Podrán instalarse en cualquier predio de propiedad privada que se ubique dentro de un **diámetro de 100 metros**

En la columna de los anuncios autosoportados unipolares, podrán instalarse **hasta dos carteleras, siempre que se encuentren en paralelo, a un mismo nivel y montadas sobre la misma estructura**

En la distribución de espacios no se incluirán los anuncios en vallas, en tapiales y en mobiliario urbano.

\* Es obligación del solicitante consultar la información complementaria en el capítulo cuarto° De los corredores publicitarios artículos 39 al 48 del Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del DF



### Licencia de Anuncio de Propaganda Comercial o Adosado a Muro Ciego en Corredor Publicitario

GOBIERNO DE LA CIUDAD DE MÉXICO SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA

Realiza tu trámite en Atención ciudadana  
Calle: Amores #1322, Col. Del Valle Centro, Benito Juárez, C.P. 03100, CDMX, (Acceso por la calle San Lorenzo 712)

55 51 30 21 00, Ext. 2223, 2340

[sdpemu@gmail.com](mailto:sdpemu@gmail.com)

Tramita tu cita

escaneando el siguiente código QR:

## Anexo 9. Tríptico informativo “Licencia de anuncio en mobiliario urbano”.

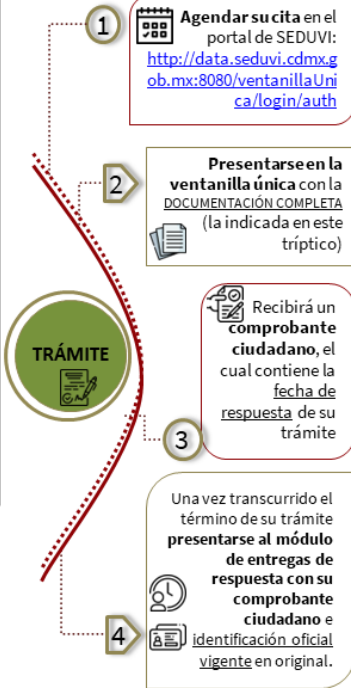


### Objetivo:

Colocar un anuncio en mobiliario urbano

¿Quién realiza este trámite?

Persona física o moral que se acredite



### REQUISITOS<sup>1</sup>:

- Formato TSEDUVI\_LAMU\_1 debidamente requerido
- Persona física: **identificación oficial vigente<sup>2</sup>**
- Persona moral: **Acta Constitutiva y Poder Notarial** que acredite la personalidad de representante legal e identificación oficial vigente
- Comprobante de pago** de derechos
- Constancia de no adeudo** de impuesto predial
- Planos<sup>2</sup>** acotados y a escala de:
- De plantas y alzados** en los que se indique la ubicación de cada anuncio;
- De iluminación**, en el que se indique la fuente de energía y la instalación eléctrica.
- Planos estructurales**, deben incluir materiales, acabados, color y texturas.
- Perspectiva o render** del mueble con anuncios integrados
- Escrito que conste el consentimiento** del propietario del inmueble frente al cual se ubica el mueble de que se trate. No aplica cuando el mobiliario urbano forme parte de proyectos de infraestructura de transporte avalado por la Administración Pública de la CDMX
- Póliza de seguro de responsabilidad civil** por daños a terceros.
- Cuando el inmueble en se encuentre en Área de Conservación Patrimonial: **Dictamen favorable** de la Dirección de Patrimonio Cultural Urbano y de Espacio Público
- Suelo de Conservación: **Autorización de Impacto Ambiental**
- Permiso Administrativo Temporal Revocable (PATR)** que ampara la instalación autorizada de los muebles urbanos.
- En caso de que la persona solicitante sea persona moral**, copia simple y certificada de la escritura pública que acredite su constitución y la designación de su representante legal

### DATOS DEL TRÁMITE:



**Costo del trámite:**

• \$1,955.00 por m<sup>2</sup>



**Tiempo de respuesta:**

**30 días hábiles**



**Documento que se obtiene:**

**Licencia**



**Vigencia del documento<sup>3</sup>:**

- **Formato: 1 año**
- **Ley: 3 años**

<sup>1</sup> Podrá realizar el trámite: una persona acreditada con carta poder firmada ante dos testigos, presentando su identificación oficial vigente y de la persona interesada. En caso de una persona distinta para oír y recibir notificaciones, deberá presentar identificación oficial vigente

<sup>2</sup> El pie de plano debe contener: croquis de ubicación del anuncio, escala gráfica, fecha, nombre del plano y número, nombre y firma de la persona solicitante

<sup>3</sup> Es obligación del solicitante consultar la información de los formatos de solicitud en el capítulo 3ro- De las licencias, artículo 72 de La Ley de Publicidad Exterior del DF

Los documentos previstos para este trámite deberán contener la firma de la persona solicitante y del DRO y entregarse en versión digital e impresa, (presentar copia simple y original para cotejo)

Identificación oficial vigente, son válidos los siguientes documentos: credencial para votar, pasaporte, licencia de conducir, Cartilla del Servicio Militar Nacional, cédula profesional.

### CARACTERÍSTICAS<sup>\*</sup> GENERALES DEL ANUNCIO EN MOBILIARIO URBANO:

- No podrán instalarse anuncios en muebles cuya instalación no se encuentre amparada por el **Permiso Administrativo Temporal Revocable**



- Podrán ocupar el 50% de la superficie del mueble, salvo paraderos de autobuses o, de mobiliario urbano que forme parte de proyectos de infraestructura ambiental o de transporte masivo o colectivo, en cuyo caso podrán ocupar la totalidad de los espacios diseñados para tal efecto



- No podrán instalarse en **elementos, accesorios o agregados** que no contribuyan a la función social del mueble
- En las Áreas de Conservación Patrimonial y demás elementos del patrimonio cultural urbano, sólo podrán instalarse **anuncios en muebles ubicados sobre vías primarias**.
- No podrán instalarse anuncios en muebles ubicados en **Áreas de Valor Ambiental y Áreas Naturales Protegidas**.

Mobiliario urbano con publicidad, según su función:

- Para el descanso: bancas, parabuses y sillas
- Para la comunicación: cabinas telefónicas, estaciones de wi-fi y buzones de correo



- Para la información: columnas o carteleras publicitarias con anuncios e información turística, social y cultural, unidad es de soporte múltiple con nomenclatura, postes con nomenclatura y placas de nomenclatura



- Para necesidades fisiológicas: sanitarios públicos y bebederos
- Para la conexión elevada interurbana que sirven para la movilidad peatonal y/o bicicletas así como para comercios: quioscos para venta de periódicos, libros, revistas, dulces, flores y juegos de azar para la asistencia pública
- Para apoyo a la movilidad, estacionamientos de bicicletas y reparación de estas
- Para la conexión eléctrica de celulares
- Para la atención de emergencias y protección civil
- Para información de rutas, horarios y arribos de transporte.

<sup>\*</sup> Es obligación del solicitante **consultar** la información complementaria en el capítulo tercero- De los anuncios en mobiliario urbano **artículos 63 al 65 del Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del DF**



### Licencia de Anuncio en Mobiliario Urbano



Gobierno de la Ciudad de México

SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA

Realiza tu trámite en Atención ciudadana

📍 Calle: Amores #1322, Col. Del Valle Centro, Benito Juárez, C.P. 03100, CDMX, (Acceso por la calle San Lorenzo 712)

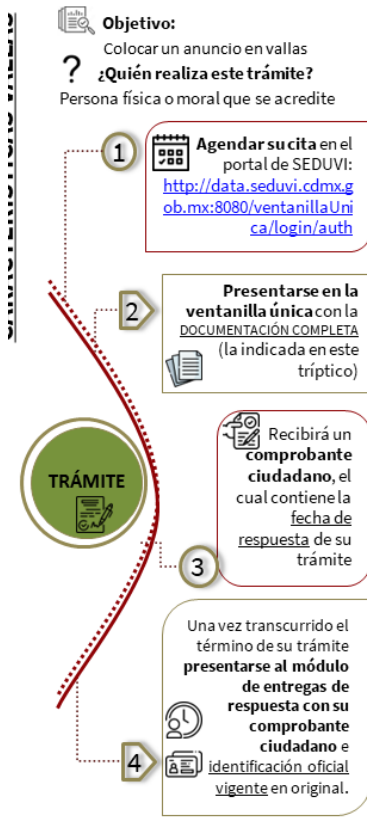
☎ 55 51 30 21 00, Ext. 2223, 2340

✉ sdpmu@gmail.com

Tramita tu cita

escaneando el siguiente código QR:

## Anexo 10 Tríptico informativo "Licencia de anuncio en vallas".



- REQUISITOS\*:**
- Formato **TSEDUVI\_LAV\_1** debidamente requisitado
  - Persona física: **identificación oficial vigente<sup>1</sup>**
  - Persona moral: **Acta Constitutiva y Poder Notarial** que acredite la personalidad de representante legal e identificación oficial vigente<sup>1</sup>
  - Comprobante de pago** de derechos
  - Identificación oficial vigente del propietario del inmueble
  - Escritura del inmueble** donde se pretende instalar el anuncio.
  - Escrito en el que conste la anuencia del propietario** del estacionamiento público o lote baldío correspondiente para la instalación de los anuncios en vallas o, en su caso, copia del contrato de arrendamiento entre propietario del inmueble y publicista
  - Planos<sup>2</sup>** acotados y a escala de: plantas, alzados y cortes de los anuncios; estructurales, instalación eléctrica, iluminación y sistema electrónico, deben incluir materiales estructurales, acabados, color y texturas.
  - Perspectiva o render** del inmueble con los anuncios y su entorno.
  - En su caso:**
    - a) Proyecto de propuesta de recuperación y mantenimiento de áreas verdes y/o espacios públicos.
    - b) Manifestación de voluntad para la futura suscripción del instrumento jurídico
  - Póliza de seguro de responsabilidad civil** por daños a terceros.
  - Cuando el inmueble en se encuentre en **Área de Conservación Patrimonial: Dictamen favorable de la Dirección de Patrimonio Cultural Urbano y de Espacio Público**
  - Dictamen emitido por DRO**, o Corresponsable en Seguridad Estructural, en el que se señale que el diseño para la instalación del anuncio cumple con los criterios que en materia de riesgos establezca la Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil.

### DATOS DEL TRÁMITE

- Costo del trámite:**
- \$2,207.00 m<sup>2</sup> vías primarias y secundarias y
  - \$2,341.00 m<sup>2</sup> al año con pantalla electrónica

**Tiempo de respuesta:**  
**30 días hábiles**

**Documento que se obtiene:**  
**Licencia**

**Vigencia del documento<sup>3</sup>:**  
**3 años**

<sup>1</sup> Podrá realizar el trámite: una persona acreditada con carta poder firmada ante dos testigos, presentando su identificación oficial vigente y de la persona interesada. En caso de una persona distinta para oír y recibir notificaciones, deberá presentar identificación oficial vigente

<sup>2</sup> El pie de plano debe contener: croquis de ubicación del anuncio, escala gráfica, fecha, nombre del plano y número, nombre y firma de la persona solicitante

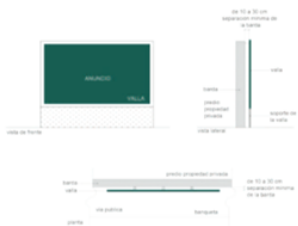
<sup>3</sup> Es obligación del solicitante consultar la información de los formatos de solicitud en el capítulo 3ro de las licencias, artículo 72 de La Ley de Publicidad Exterior del DF

Los documentos previstos para este trámite deberán contener la firma de la persona solicitante y del DRO y entregarse en versión digital e impresa, (presentar copia simple y original para cotejo)

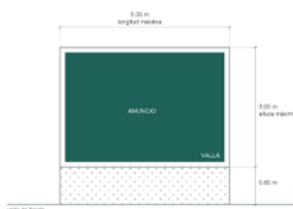
Identificación oficial vigente, son válidos los siguientes documentos: credencial para votar, paseaporte, licencia de conducir, Cartilla del Servicio Militar Nacional, cédula profesional.

### CARACTERÍSTICAS\* GENERALES DE LAS VALLAS:

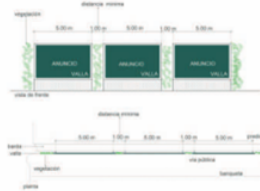
- Deberán instalarse en el perímetro de un estacionamiento público o un lote baldío, al nivel de planta baja, sobre la vía pública, con su propia estructura, a una distancia de entre 10 y 30 cms. de la barda perimetral, o del alineamiento del estacionamiento o lote. La altura máxima de la base para vallas electrónicas será de 120 cms. sobre el nivel de la banqueta, para los demás casos, el límite será de 60 centímetros



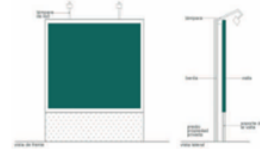
- Tendrán una altura máxima de 3 metros y una longitud máxima de 5 metros



- Los anuncios deberán instalarse con un intervalo de por lo menos un metro de separación entre cada uno, un anuncio podrá integrarse hasta por un máximo de dos vallas de medidas reglamentarias



- Cada valla deberá contar con su propio sistema de iluminación



- La valla podrá contener cartelera, pantalla; para el caso de las pantallas o cualquier otra tecnología avanzada que tenga integrada luminosidad, a partir de las 18:00 horas y hasta las 06:00 horas, su luminosidad no deberá exceder de 325 nits, siempre y cuando su iluminación no exceda de 50 luxes hacia peatones y automovilistas; además, deberán contar con un sensor y sistema automático de ajuste de intensidad de luminosidad, que reduzca la misma a los niveles establecidos en esta fracción

\* Es obligación del solicitante **consultar** la información complementaria en el capítulo quinto de las vallas y topales **artículos 49 al 52 del Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del DF**

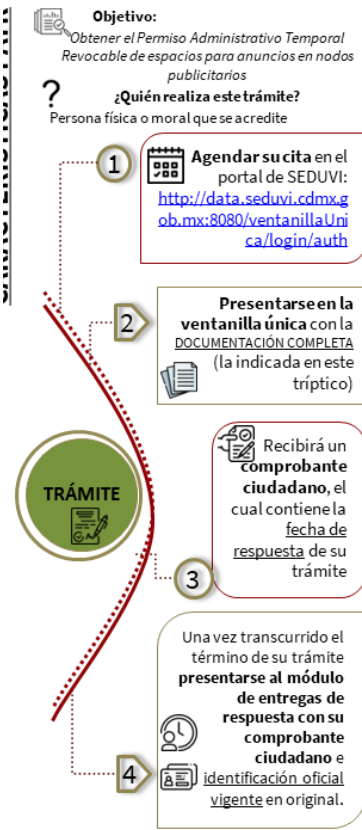


### Licencia de Anuncio en Vallas



Realiza tu trámite en Atención ciudadana  
 Calle: Amores #1322, Col. Del Valle Centro, Benito Juárez, C.P. 03100, CDMX, (Acceso por la calle San Lorenzo 712)  
 55 51 30 21 00, Ext. 2223, 2340  
 sdpmu@gmail.com  
 Tramita tu cita  
 escaneando el siguiente código QR:

# Anexo 11 Tríptico informativo "Permiso administrativo temporal revocable de espacios para anuncios en nodos publicitarios".



- REQUISITOS\*:**
- Formato TSEDUVI\_PATR\_1 debidamente requerido
  - Persona física: identificación oficial vigente<sup>1</sup>
  - Persona moral: Acta Constitutiva y Poder Notarial que acredite la personalidad de representante legal e identificación oficial vigente<sup>2</sup>
  - Comprobante de pago de derechos
  - Planos<sup>2</sup> acotados y a escala de: plantas, alzados y cortes de los anuncios; estructurales, instalación eléctrica, iluminación y de las mejoras al espacio público circundante (pavimento, vegetación e iluminación) deben incluir materiales estructurales, acabados, color y texturas.
  - Cálculos estructurales y memoria estructural
  - Perspectiva o render del inmueble con los anuncios
  - Carnet de DRO y en su caso de cada Corresponsable.
  - Póliza de seguro de responsabilidad civil por daños a terceros.
  - Fianza que garantice el cumplimiento de las reglas del Permiso

## DATOS DEL TRÁMITE

- Costo del trámite:**
- Formato: *no se establece monto*
  - Código Fiscal:  
para anuncios, por metro cuadrado \$1,737.00 30 GACETA OFICIAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO 21 de diciembre de 2020

**Tiempo de respuesta:**  
30 días hábiles

**Documento que se obtiene:**  
Autorización temporal o Permiso Administrativo Temporal Revocable

**Vigencia del documento:**<sup>3</sup>  
5 años, prorrogable hasta 2 veces

<sup>1</sup> Podrá realizar el trámite una persona acreditada con carta poder firmada ante dos testigos, presentando su identificación oficial vigente y de la persona interesada. En caso de una persona distinta para oír y recibir notificaciones, deberá presentar identificación oficial vigente

<sup>2</sup> El pie de plano debe contener: croquis de ubicación del anuncio, escala gráfica, fecha, nombre del plano y número, nombre y firma de la persona solicitante

<sup>3</sup> Es obligación del solicitante consultar la información de los formatos de solicitud en el capítulo 4to> De las autorizaciones temporales, artículo 76 y 77 de La Ley de Publicidad Exterior del DF. Los documentos previstos para este trámite deberán contener la firma de la persona solicitante y del DRO y entregarse en versión digital e impresa, (presentar copia simple y original para cotejo)

<sup>4</sup> Identificación oficial vigente con válidos los siguientes documentos: credencial para votar, pasaporte, licencia de conducir, Cartilla del Servicio Militar Nacional, cédula profesional.

<sup>5</sup> Consultar en el capítulo 4to> De las autorizaciones temporales, los artículos 78 y 79 de La Ley de Publicidad Exterior del DF

## CARACTERÍSTICAS\* GENERALES DE LOS NODOS PUBLICITARIOS:

El objetivo del nodo será la concentración de anuncios de propaganda de conformidad con los principios de la Ley



El nodo publicitario sólo podrá ubicarse en los siguientes inmuebles del dominio público de la CDMX:

- a) De uso común:**
- La intersección de dos o más vías primarias
  - La intersección de vías primarias con vías secundarias
  - Puentes y bajo-puentes vehicular o peatonal



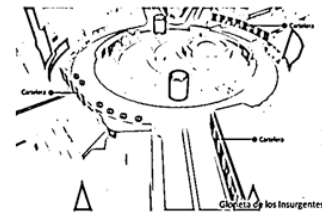
- b) Destinados a un servicio público:**
- Bombas de agua, Estaciones del metro, Metrobus y del Servicio de Transportes Eléctricos del DF, siempre y cuando el nodo cuente con las dimensiones aprobadas, que cuente con tecnología que permita el libre paso de la visión hacia el exterior, incluya la proyección de información de contenido e impacto social y de información relevante
  - Predios que alojen infraestructura hidráulica



- En los nodos publicitarios NO SE PERMITE:**
- Anuncios en elementos del patrimonio cultural urbano
  - Anuncios en vallas
  - Anuncios en mobiliario urbano, salvo los anuncios de patrocinio cuyas dimensiones sean aprobadas por la Secretaría
  - No podrá colgarse, adherirse o pegarse propaganda institucional, ni información cívica



- Podrán instalarse anuncios en tapias por el tiempo que dure la vigencia del registro de la manifestación de construcción, los cuales deberán observar las dimensiones que autorice la Secretaría de conformidad con lo dispuesto por el presente Reglamento
- Podrá instalarse información cultural, en los términos que disponga la Ley y el presente Reglamento
- Deberán retirarse los anuncios de propaganda, así como los anuncios mixtos, instalados con anterioridad a la aprobación del nodo



## Permiso Administrativo Temporal Revocable de Espacios para Anuncios en Nodos Publicitarios



Realiza tu trámite en Atención ciudadana  
Calle: Amores #1322, Col. Del Valle Centro, Benito Juárez, C.P. 03100, CDMX, (Acceso por la calle San Lorenzo 712)  
55 51 30 21 00, Ext. 2223, 2340  
sdpemu@gmail.com  
Tramita tu cita  
escaneando el siguiente código QR:

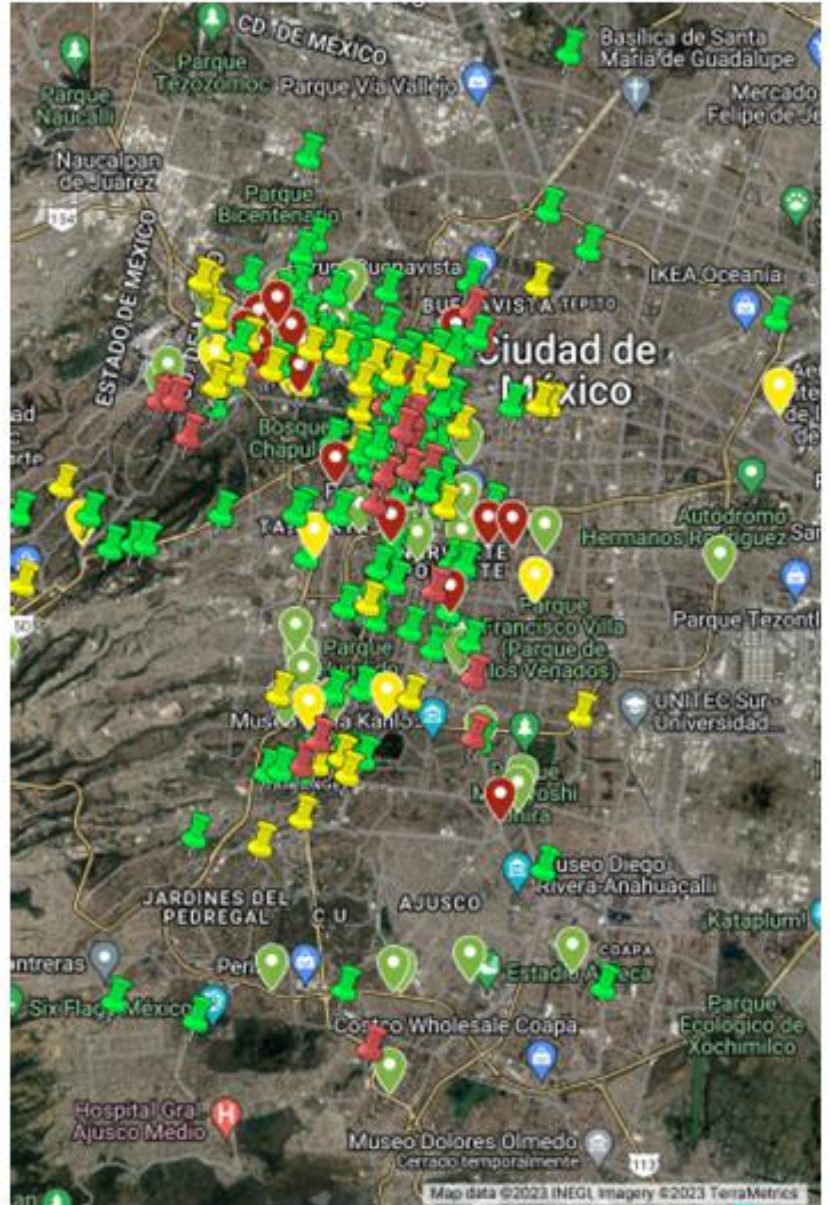
Anexo 12. Mapa “Vallas y tapias Ciudad de México”.

## Vallas y tapias CDMX

\*Correctos (**verde**): Coincide información y datos.

\*Inconsistencias (**amarillo**): No coincide información, los datos proporcionados no son suficientes, no cumplen con reglamento, no se localiza el anuncio, no existen vallas en el predio.

\*Revisar (**rojo**): Vallas instaladas en predios con obra en construcción, instaladas en predios con inmueble de valor histórico/patrimonial.

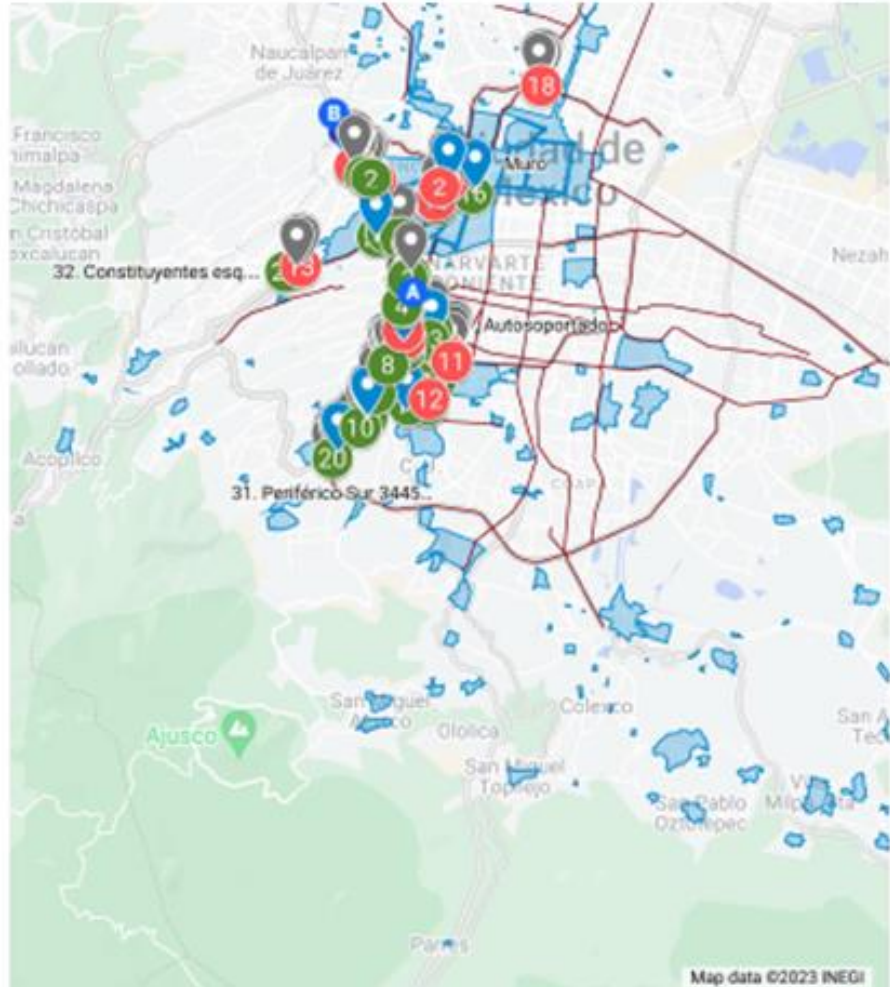


Anexo 13. Mapa “Propuestas Publicidad Rentable”.

## Propuestas Publicidad Rentable

- A) Propuesta de 47 muros ciegos.
- B) 36 Anuncios en las estaciones de la línea 2 del Sistema de Transporte Colectivo Metro.
- C) 9 Estelas Publicitarias en Calzada de Tlalpan y algunas intersecciones.
- D) 95 Columnas del segundo piso de Periférico, tramo San Antonio a Toreo cubriendo 4 Columnas por cada uno con jardines verticales.

\*Aprobadas (rojo)



## Anexo 14. Mapa “Anuncios Rak S.A. de C.V.”

### Anuncios RAK, S.A de C.V.

\*Correctos (**verde**): Coincide información y datos.

\*Inconsistencias (**amarillo**): No coincide información, los datos proporcionados no son suficientes, no cumplen con reglamento, no se localiza el anuncio, no existen vallas en el predio.

\*Revisar (**rojo**): Sujetos a revisión.

\*Cambios de modalidad (**azul**): retiros para cambio de modalidad y/o reubicación de anuncios.



Anexo 15 Mapa "Control cambios de modalidad".

ACP



Todos los elementos

Corredores\_Publicitarios



Av. Constituyentes



Av. Cuauhtémoc



Av. Universidad



Av. Vasco de Quiroga



Calzada de Tlalpan(Viaducto Río de la Piedad\_Insurgentes Sur)



Calzada San Antonio Abad (Tlaxcoaque\_Viaducto Río de la Piedad)



Canal de Miramontes (Circuito Interior- Periferico)



Eje 3 Oriente



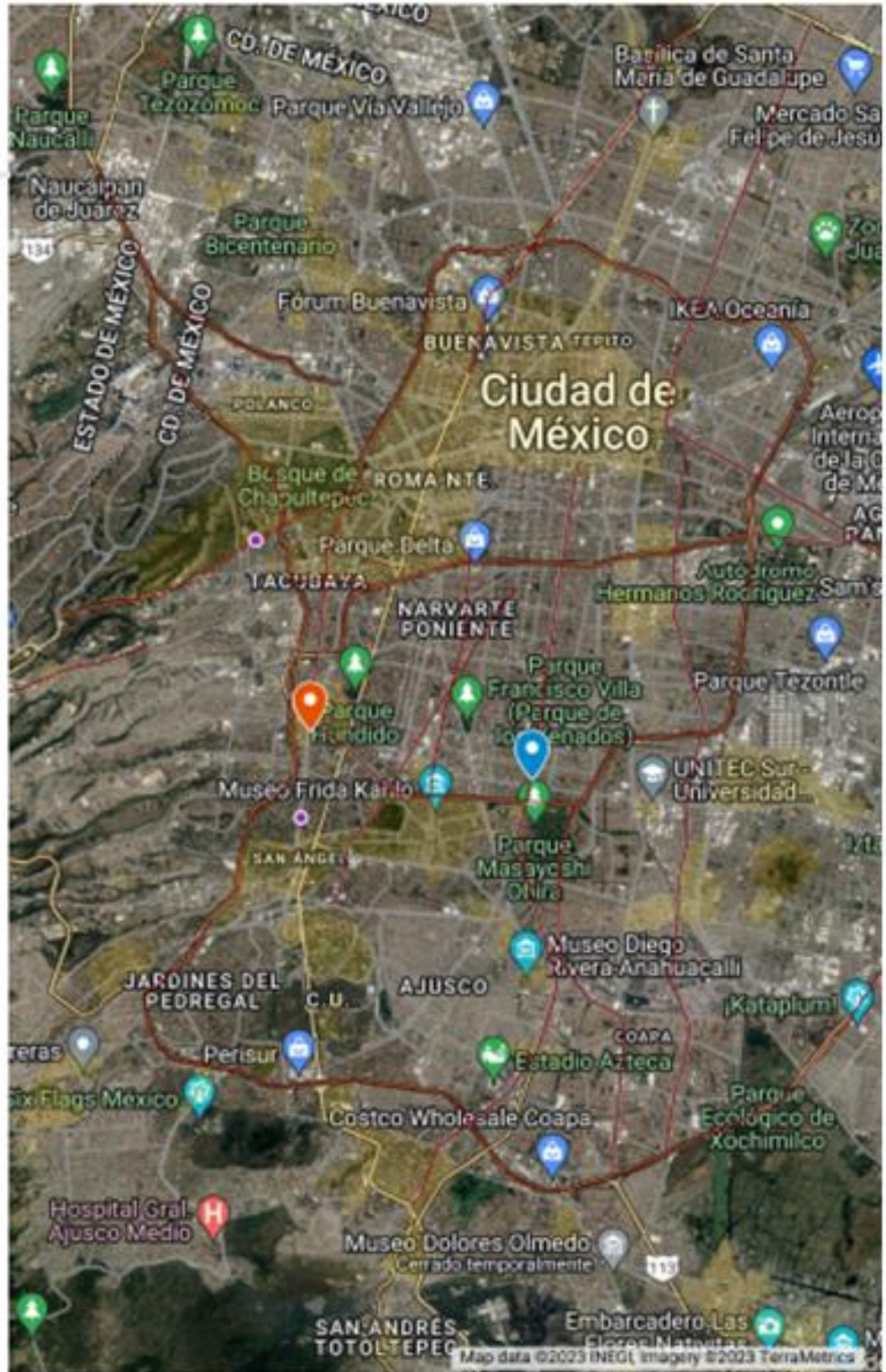
Insurgentes Norte y Centro



Río San Joaquín(Anillo Periférico\_Ejercito Nacional)



Tramo Viaducto Río Becerra (Eje 5 Sur-Viaducto Miguel Alemán)





Anexo 16. Mapa "Corredores Clear Channel".

