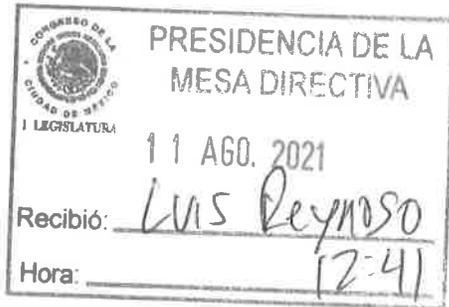


Ciudad de México, a 10 de agosto de 2021

DIP. ANA PATRICIA BÁEZ GUERRERO
PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA DEL
CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
P R E S E N T E .



ATENCIÓN: DIP. FERNANDO ABOITIZ SARO
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE
DESARROLLO E INFRAESTRUCTURA URBANA Y
VIVIENDA.

El que suscribe **Heriberto Barto Martínez**, en mi carácter de apoderado legal de la persona jurídico colectiva denominada "**VISUALSHOT, S.A. DE C.V.**", señalo como domicilio para oír y recibir todo tipo de notificaciones y documentos, el ubicado en calle Lago Zurich número 219, Piso 12, Oficina, 2120, Col. Ampliación Granada, Alcaldía Miguel Hidalgo, C.P. 11529, Ciudad de México, ante usted en forma respetuosa comparezco y expongo:

Que por medio del presente escrito y en ejercicio del derecho público subjetivo previsto en el artículo 8 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en correlación con el diverso 25 de la Constitución Política de la Ciudad de México, cuyo texto es el siguiente:

Artículo 8o.- Los funcionarios y empleados públicos respetarán el ejercicio del derecho de petición, siempre que ésta se formule por escrito, de manera pacífica y respetuosa; pero en materia política sólo podrán hacer uso de ese derecho los ciudadanos de la República. A toda petición deberá recaer un acuerdo escrito de la autoridad a quien se haya dirigido, la cual tiene obligación de hacerlo conocer en breve término al peticionario

"Artículo 25 Democracia Directa

A. Disposiciones comunes

1. Las y los ciudadanos tienen el derecho y el deber de participar en la resolución de problemas y temas de interés general y en el mejoramiento de las normas que regulan las relaciones en la comunidad, a través de los mecanismos de democracia directa y participativa reconocidos por esta Constitución. Dichos mecanismos se podrán apoyar en el uso intensivo de las tecnologías de la información y comunicación.

2. Las autoridades de la Ciudad garantizarán la democracia participativa, entendida como el derecho de las personas a incidir, individual o colectivamente, en las decisiones públicas y en la formulación, ejecución, evaluación y control del ejercicio de la función pública, en los términos que las leyes señalen.

3. La ley establecerá los mecanismos institucionales para prevenir y sancionar; en su caso, las prácticas que distorsionen, impidan o vulneren el derecho a la participación ciudadana en la vida pública de la Ciudad.

4. **Las y los ciudadanos tienen derecho de proponer modificaciones a las iniciativas legislativas que se presenten al Congreso de la Ciudad de México. El período para recibir las propuestas no será menor a diez días hábiles a partir de su publicación en la Gaceta Parlamentaria. Todas las propuestas deberán ser tomadas en cuenta en el dictamen...“.**

En virtud de lo anterior y encontrándome en legales tiempo y forma para ello, por este conducto y en su carácter de Presidente de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana y Vivienda y con relación a la **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ABROGA LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL Y SE EXPIDE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN LA CIUDAD DE MÉXICO**, misma que fuera remitida, con fecha 22 de julio de 2021, mediante oficio número SG/009/2021, por el Maestro Martí Batres Guadarrama, Secretario de Gobierno de la Ciudad de México, a la Dip. Ana Patricia Báez Guerrero, en su carácter de Presidenta de la Mesa Directiva del H. Congreso de la Ciudad de México.

Sobre el particular, me permito formular en favor de mi poderdante diversas observaciones al Proyecto de Iniciativa en mención, mismas que se adjuntan a manera de Anexo I, lo anterior a efecto de que sean tomadas en consideración.

Por lo expuesto, y toda vez que la Iniciativa en comento fue turnada a la Comisión que usted preside, atentamente pido:

ÚNICO.- Tenerme por presentado con la personalidad mencionada y en términos, de los artículos 8° Constitucional y 25 de la Constitución Política de la Ciudad de México, y solicito que se tomen en consideración, los aspectos expuestos en el presente escrito y anexo que al mismo se acompaña al momento de realizar el dictamen correspondiente a la Iniciativa con Proyecto de Decreto mencionada.

ATENTAMENTE



HERIBERO BARTO MARTÍNEZ

Apoderado legal de la persona jurídica colectiva denominada
“VISUALSHOT, S.A DE C.V.”

ANEXO I

PRPUESTAS DE MODIFICACIÓN A LA INICIATIVA DE LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CDMX QUE PRESENTA “VISUALSHOT, S.A. DE C.V.”

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
<p>Artículo 13.- En la Ciudad sólo podrán instalarse los siguientes medios publicitarios respecto de los cuales se obtenga Licencia, Autorización o Permiso de la Secretaría, la Alcaldía o la SEMOVI, según corresponda, así como en su caso, el Permiso Administrativo Temporal Revocable correspondiente, de conformidad con lo previsto en esta Ley:</p> <p>I. Medio Publicitario adosado: el que se sujeta a una fachada, muro, baranda o barandilla, a través de medios y técnicas definidas en el Reglamento de esta Ley;</p>	<p>I. Medio Publicitario adosado: el que se sujeta a una fachada, muro ciego en las alturas de un inmueble sin rebasar el 65% de su superficie, baranda o barandilla, a través de medios y técnicas definidas en el Reglamento de esta Ley;</p>	<p>Se estima pertinente hacer esta precisión con la finalidad de distinguir el concepto de muro en planta baja, previsto en la fracción XVIII de este mismo artículo.</p>
<p>Artículo 13.- En la Ciudad sólo podrán instalarse los siguientes medios publicitarios respecto de los cuales se obtenga Licencia, Autorización o Permiso de la Secretaría, la Alcaldía o la SEMOVI, según corresponda, así como en su caso, el Permiso Administrativo Temporal Revocable correspondiente, de conformidad con lo previsto en esta Ley:</p> <p>I a XX...</p>	<p>I a XX...</p> <p>XXI. Medio Publicitario Pintado: El que se pinta con pintura fotocatalítica a una fachada o muro ciego de un inmueble.</p>	<p>La pintura fotocatalítica está considerada como una pintura de nueva generación, ya que su función no es exclusivamente la de pintar y decorar una superficie.</p> <p>Es un hecho que los niveles de contaminación no paran de crecer y afectan a todo el planeta. Se trata de un problema que persiste y día tras día se agrava.</p> <p>Uno de los mayores responsables es el transporte, pero también sectores como el de la construcción y las industrias donde también se emiten importantes cantidades de gases de efecto invernadero que empeoran la calidad del aire.</p> <p>Frente a estos problemas, las nuevas tendencias de construcción sostenible impulsan el uso de materiales y productos respetuosos con el medio ambiente que permitan minimizar estos efectos indeseados en los hogares. No solo se trata de mejorar la eficiencia energética, sino también la salud y la calidad de vida de las personas. En este contexto, la pintura</p>

PRPUESTAS DE MODIFICACIÓN A LA INICIATIVA DE LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CDMX QUE PRESENTA “VISUALSHOT, S.A. DE C.V.”

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
		<p>fotocatalítica a través de un proceso similar al realizado por las plantas, desarrolla un procedimiento llamado fotocatalisis, a través del cual se descomponen determinadas partículas orgánicas en sustancias más simples. Más concretamente, mediante la fotocatalisis se logra eliminar sustancias del aire nocivas para la salud, transformándolas en anhídrido carbónico y agua, e impidiendo su adherencia en las paredes.</p> <p>A continuación resaltamos los beneficios más importantes de este tipo de pintura:</p> <p>Purificar el aire: la pintura fotocatalítica tiene la capacidad de oxidar aquellas sustancias tóxicas que se encuentran en el aire, purificándolo de forma permanente.</p> <p>Eliminar los malos olores: el proceso de esta pintura colabora en la neutralización y eliminación eficaz de los malos olores en los ambientes. De esta manera, resulta ideal para combatir el humo provocado por el tabaco.</p> <p>Eliminar la contaminación ambiental: posee una alta perdurabilidad y eficiencia, lo cual permite a largo plazo la eliminación de la contaminación de la vivienda.</p> <p>Respeto por el medio ambiente: se trata de una pintura sostenible, ya que se compone de sustancias respetuosas con el medio ambiente y que, además, no deja residuos.</p> <p>Otorgar limpieza: gracias a su capacidad de eliminar sustancias indeseadas.</p>

PRPUESTAS DE MODIFICACIÓN A LA INICIATIVA DE LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CDMX QUE PRESENTA “VISUALSHOT, S.A. DE C.V.”

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
		<p>Facilidad de mantenimiento y limpieza: una ventaja es que requiere menos mantenimiento que otras pinturas, ya que posee una gran durabilidad y es muy fácil de limpiar.</p>
<p>Artículo 22.- La instalación de medios publicitarios en vallas se permitirá en Áreas de Conservación Patrimonial, cuando se trate únicamente de estacionamientos, predios baldíos que no se encuentren dentro del Centro Histórico o Zonas de Monumentos Históricos, bajo las especificaciones que establece la presente Ley y disposiciones reglamentarias.</p>	<p>Artículo 22.- La instalación de medios publicitarios en vallas se permitirá en Áreas de Conservación Patrimonial, cuando se trate únicamente de estacionamientos, predios baldíos que no se encuentren dentro del Centro Histórico o Zonas de Monumentos Históricos, bajo las especificaciones que establece la presente Ley y disposiciones reglamentarias.</p> <p>Del mismo modo, se permitirá la colocación de vallas con luminarias en la fachada perimetral de los inmuebles con una superficie máxima de 5.00 por 3.00 metros de manera individual y/o unidas con una superficie máxima de 10.00 por 3.00 metros con espacio mínimo de 1.00 metro entre cada una.</p>	<p>A través de la instalación de vallas publicitarias con la dimensiones descritas no solo se busca dar una mejor imagen a los inmuebles que carecen de un adecuado mantenimiento y limpieza, sino además convertirlos en espacios más seguros que iluminen las calles por las que transiten transeúntes, ello sin soslayar que las empresas publicitarias celebrarían los correspondientes contratos de suministro de energía eléctrica para el pago de dicho servicio público aligerando la carga que por dicho servicio público representa para el erario público de la Ciudad de México.</p>
<p>Artículo 28.- Las personas que requieran una Licencia o Autorización para instalación de medios publicitarios en bienes del dominio público o privado del Gobierno de la Ciudad, que sean procedentes y factibles de acuerdo con la presente Ley, deberán contar además con un Permisos Administrativo Temporal Revocable de conformidad con lo que establece la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público.</p> <p>Los Permisos Administrativos Temporales Revocables serán otorgados por parte de la Secretaria de Administración y Finanzas y se obtendrán conforme a lo dispuesto en la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público y la normatividad aplicable y serán a título oneroso en todos los casos.</p>	<p>Artículo 28.- Las personas que requieran una Licencia o Autorización para instalación de medios publicitarios en bienes del dominio público o privado del Gobierno de la Ciudad, que sean procedentes y factibles de acuerdo con la presente Ley, deberán contar además con un Permisos Administrativo Temporal Revocable de conformidad con lo que establece la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público.</p> <p>Los Permisos Administrativos Temporales Revocables serán otorgados por parte de la Secretaría de Administración y Finanzas y se obtendrán conforme a lo dispuesto en la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público y la normatividad aplicable y serán a título oneroso en todos los casos, respetándose en todo momento la vigencia de aquellos permisos que hubiesen sido expedidos con antelación a la</p>	<p>Con esta adición se busca delimitar con mayor precisión que todos los trámites y procedimientos iniciados con antelación a la entrada en vigor del Decreto se rijan de conformidad con las disposiciones jurídicas vigentes a la fecha en que se iniciaron ante las autoridades.</p>

PRPUESTAS DE MODIFICACIÓN A LA INICIATIVA DE LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CDMX QUE PRESENTA “VISUALSHOT, S.A. DE C.V.”

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
<p>SEXTO.- Las personas responsables de los medios publicitarios prohibidos conforme a lo previsto en esta Ley, deberán manifestar lo que a su derecho convenga y presentar ante la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México, dentro de un plazo máximo de 70 días naturales contados a partir de la entrada en vigor de este Decreto, pruebas idóneas y suficientes para acreditar su legal instalación y permanencia, así como el cumplimiento de los requisitos previstos para el reordenamiento correspondiente.</p> <p>Así mismo deberán presentar la propuesta de cambio de modalidad y/o reubicación conforme a las disposiciones previstas en esta Ley en los supuestos procedentes.</p> <p>De igual forma, y a fin de autorizarse el cambio de modalidad y/o reubicación, se deberá anexar a la propuesta el cronograma a través del cual se establezca el periodo en el que se realizará el retiro de los medios publicitarios prohibidos, en el cual no deberá exceder de un año a partir de la entrada en vigor del presente ordenamiento, y que deberá ser en los siguientes periodos:</p>	<p>publicación de la presente Ley por la Oficialía Mayor a través Dirección General de Patrimonio Inmobiliario.</p> <p>SEXTO.- Las personas responsables de los medios publicitarios prohibidos conforme a lo previsto en esta Ley, deberán manifestar por escrito libre lo que a su derecho convenga y presentar ante la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México, dentro de un plazo máximo de 120 días hábiles contados a partir de la entrada en vigor de este Decreto, todos los documentos con que cuente en su poder, entre ellos acuerdos, minutas, reconocimientos, Aviso al público en general mediante el cual se da a conocer el Padrón Oficial de Anuncios Sujetos al Reordenamiento de la Publicidad Exterior del Distrito Federal, entre otros, para acreditar su legal instalación y permanencia, así como el cumplimiento de los requisitos previstos para el reordenamiento correspondiente.</p> <p>Así mismo deberán presentar la propuesta de cambio de modalidad y/o reubicación conforme a las disposiciones previstas en esta Ley en los supuestos procedentes.</p> <p>De igual forma, y a fin de autorizarse el cambio de modalidad y/o reubicación, se deberá anexar a la propuesta el cronograma a través del cual se establezca el periodo en el que se realizará el retiro de los medios publicitarios prohibidos, en el cual no deberá exceder de tres años a partir de la entrada en vigor del presente ordenamiento, y que deberá ser en los siguientes periodos:</p>	<p>Toda vez que nuestra Carta Magna en su artículo 1, señala que en los Estados Unidos Mexicanos todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en esta Constitución, así como de las garantías para su protección, cuyo ejercicio no podrá restringirse ni suspenderse, salvo en los casos y bajo las condiciones que esta Constitución establece.</p> <p>Asimismo, que las normas relativas a los derechos humanos se interpretarán de conformidad con la Constitución y con los tratados internacionales de la materia favoreciendo en todo tiempo a las personas la protección más amplia.</p> <p>Además de que todas las autoridades, en el ámbito de sus competencias, tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad. Además de imponer a las autoridades la obligación de prevenir, investigar, sancionar y reparar las violaciones a los derechos humanos, en los términos que establezca la ley.</p> <p>Que del mismo modo en su artículo 5º establece que A ninguna persona, (física o moral), podrá impedirse que se dedique a la industria o comercio que le acomode, siendo lícitos y que el ejercicio de esta libertad sólo podrá vedarse por determinación judicial, cuando se ataquen los derechos de tercero, o por resolución gubernativa, dictada en los términos que marque la ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad.</p>

PRPUESTAS DE MODIFICACIÓN A LA INICIATIVA DE LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CDMX QUE PRESENTA “VISUALSHOT, S.A. DE C.V.”

TEXTOS ACTUALES	TEXTOS PROPUESTOS	JUSTIFICACIÓN
<p>a) Durante el primer semestre se deberán retirar por lo menos el veinte por ciento de la totalidad de los medios publicitarios que correspondan a las personas responsables de los mismos;</p> <p>b) Durante el tercer trimestre otro cuarenta por ciento; y</p> <p>c) En el último trimestre el resto de los medios publicitarios.</p> <p>Dentro de un plazo de ciento veinte días hábiles contados a partir de la recepción de la solicitud de las personas responsables de los medios publicitarios, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México analizará y valorará la idoneidad y la viabilidad de las pruebas y propuestas que reciba conforme a lo referido en el presente transitorio y emitirá su determinación. En caso de no cumplir con lo referido se considerarán los anuncios o medios publicitarios como irregulares y por lo tanto, se procederá a su retiro por parte del Instituto de Verificación Administrativa de la Ciudad de México, a costa de la persona responsable del anuncio o medio publicitario, sin perjuicio de las sanciones a que pudiera hacerse acreedora.</p> <p>Tratándose de medios publicitarios en muros ciegos, así como, autosuportados que cumplan con lo referido en el presente transitorio, la Secretaría podrá resolver un cambio de modalidad o de ubicación, o en su caso, emitir la licencia respectiva para la permanencia del mismo, siempre y cuando se cumplan los requisitos de esta Ley para la emisión de Licencias, así como con los demás que se establezcan al efecto en el</p>	<p>a) Durante el primer año se deberán retirar por lo menos el veinte por ciento de la totalidad de los medios publicitarios que correspondan a las personas responsables de los mismos;</p> <p>b) Durante el segundo año otro cuarenta por ciento; y</p> <p>c) En el último año el resto de los medios publicitarios.</p> <p>Dentro de un plazo de ciento veinte días hábiles contados a partir de la recepción de la solicitud de las personas responsables de los medios publicitarios, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México, sujetándose a lo previsto en el marco jurídico de la Administración Pública de la Ciudad de México, analizará y valorará la idoneidad y la viabilidad de todas y cada una de las pruebas y propuestas que reciba conforme a lo referido en el presente transitorio y emitirá su determinación. En caso de no cumplir con lo referido se considerarán los anuncios o medios publicitarios como irregulares y por lo tanto, se procederá a su retiro por parte del Instituto de Verificación Administrativa de la Ciudad de México, a costa de la persona responsable del anuncio o medio publicitario, sin perjuicio de las sanciones a que pudiera a que pudiera hacerse acreedora.</p> <p>Tratándose de medios publicitarios en muros ciegos, así como, autosuportados que cumplan con lo referido en el presente transitorio, y que cuenten con acuerdos, minutas, reconocimientos, Aviso al público en general mediante el cual se da a conocer el Padrón Oficial de Anuncios Sujetos al Reordenamiento de la Publicidad Exterior del Distrito Federal, entre otros, la Secretaría deberá resolver favorablemente y</p>	<p>Aunado a que en su artículo 14, nuestra Constitución, prevé que ninguna persona podrá ser privada de sus propiedades, posesiones o derechos, sino mediante juicio seguido ante los tribunales previamente establecidos, en el que se cumplan las formalidades esenciales del procedimiento y conforme a las Leyes expedidas con anterioridad al hecho.</p> <p>Incluso, en armonía con todo lo anterior el diverso artículo 16 del ordenamiento en cita, precisa nadie puede ser molestado en su persona, domicilio, papeles o posesiones, sino en virtud de mandamiento escrito de la autoridad competente, que funde y motive la causa legal del procedimiento.</p> <p>Es por lo que se estima que de manera previa a cualquier acto por parte de la autoridad administrativa que pudiera irrogar una afectación en la esfera jurídico y patrimonial de las personas responsables de los medios de publicitarios, deberá dárseles la oportunidad real y efectiva para que se pronuncien por escrito ante la misma, sin sujetarse a formalismos, brindándole de igual modo la oportunidad de aportar todo el caudal y/o soporte documental con que cuente en sus acervos históricos, entre los que se encuentran: acuerdos, minutas, reconocimientos, Aviso al público en general mediante el cual se da a conocer el Padrón Oficial de Anuncios Sujetos al Reordenamiento de la Publicidad Exterior del Distrito Federal, para así estar en posibilidad material, real y efectiva de demostrar a la autoridad que el ejercicio de su actividad regulada, en ningún momento se aparta ni se encuentra distante del conjunto de disposiciones jurídicas que rigen el desarrollo de la misma.</p>

PRPUESTAS DE MODIFICACIÓN A LA INICIATIVA DE LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CDMX QUE PRESENTA “VISUALSHOT, S.A. DE C.V.”

TEXTOS ACTUALES	TEXTOS PROPUESTOS	JUSTIFICACIÓN
<p>Reglamento u otras disposiciones que emita la Secretaría para ello.</p> <p>La Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México podrá otorgar prórroga para retirar los medios publicitarios únicamente en situación debidamente justificadas; lo anterior en el entendido que los anuncios de azotea deberán ser retirados en el periodo de un año contado a partir de la entrada en vigor de la presente Ley, y de no ser así, se le impondrá multa a las personas responsables, así como las demás sanciones adicionales que procedan.</p>	<p>emitir la licencia respectiva para la permanencia del medio publicitario, con el correspondiente pago de derechos de conformidad con lo previsto en el Código Fiscal de la Ciudad de México, siempre y cuando se cumplan los requisitos de esta Ley para la emisión de Licencias, así como con los demás que se establezcan al efecto en el Reglamento u otras disposiciones que emita la Secretaría para ello.</p> <p>La Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México deberá otorgar una prórroga razonable y materialmente asequible para retirar los medios publicitarios únicamente en situación debidamente justificadas; lo anterior en el entendido que los anuncios de azotea deberán ser retirados en el periodo de tres años contados a partir de la entrada en vigor de la presente Ley.</p>	<p>Así de todo lo anterior, también se considera pertinente tornar más equitativa la ley con los plazos y términos que prevé para llevar a cabo no solo la recepción de los argumentos y pruebas que en su caso aporten los responsables de los medios publicitarios, así como su estudio, valoración y determinación por parte de la Secretaría, sino concientizándola con las consecuencias y repercusiones económicas, financieras, materiales que irrogara a un sector importante de empresas de la industria publicitaria que no solo provocaran una contracción económica en la Ciudad de México, sino que representa la extinción de las mismas en un momento histórico poco adecuado y adverso al enfrentarse hoy en día a los estragos de la recesión económica provocados por la aparición del virus SARSCOV-2, también conocido como “COVID-19”.</p>