



CIUDAD DE MÉXICO  
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN



CIUDAD DE MÉXICO, A 14 DE OCTUBRE DE 2025  
OFICINA DEL ALCALDE DE MIGUEL HIDALGO  
OFICIO NO. AMH/OA/MTE/0118/2025

DIPUTADO JESÚS SESMA SUÁREZ  
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA  
DEL H. CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO.  
P R E S E N T E

El que suscribe, Mauricio Tabe Echarte, Alcalde de Miguel Hidalgo, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 122, Apartado A, Fracción VI de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; el artículo 30, numeral 1, inciso c) de la Constitución Política de la Ciudad de México; el artículo 6, fracción XI de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México; el artículo 12, fracción III de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; así como el artículo 95, fracción III del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, respetuosamente solicito sea integrada en el orden del día de la próxima sesión a celebrarse en octubre del año en curso, la presente INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO, LA LEY DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES PARA LA CIUDAD DE MÉXICO, Y DEL CÓDIGO FISCAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

Sin más por el momento, reciba un cordial saludo.



COORDINACIÓN DE SERVICIOS  
PARLAMENTARIOS

CONGRESO DE LA  
CIUDAD DE MÉXICO



00033423

ATENTAMENTE

FOLIO

FECHA

HORA

RECIBIO

14 - Oct - 2025

14:25

Carly claver

MAURICIO TABE ECHARTEA  
ALCALDE EN MIGUEL HIDALGO

00407

RECIBO DE LA MESA DIRECTIVA DEL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

14 OCT 2025

Recibió: *Alicia*

Hora: 12:47

Anexo Impreso y electrónico

JAPP/LKQJ



**DIP. JESÚS SESMA SUÁREZ  
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA  
DEL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO,  
III LEGISLATURA**

**PRESENTE**

Honorable Congreso de la Ciudad de México.

El que suscribe Mauricio Tabe Echarte, Alcalde en Miguel Hidalgo, de la Ciudad de México, con fundamento en el artículo 122, apartado A, fracción VI, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; artículo 30, numeral 1, inciso C de la Constitución de la Ciudad de México; artículos 4 fracción XXI, 12 fracción III de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; artículo 31 fracción IV de la Ley de Alcaldías de la Ciudad de México; 2 fracción XXI, 95 fracción III del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, someto a su consideración de este pleno la presente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO, LA LEY DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES PARA LA CIUDAD DE MÉXICO, Y DEL CÓDIGO FISCAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO**, lo anterior al tenor de las siguientes consideraciones:

### **EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

El régimen administrativo de la Ciudad de México persiste en la diferenciación relativa a las facultades de las Alcaldías, en tanto gobiernos locales, en comparación con los municipios del interior del país, que se encuentran amparados en el artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. El régimen establecido en el artículo 122 de la misma Constitución Política establece dicha diferenciación al determinar facultades del Gobierno de la Ciudad que influyen en la órbita de acción de las Alcaldías.

La Ciudad de México enfrenta desde hace varios años una situación compleja en materia de publicidad exterior. El crecimiento desordenado de estructuras publicitarias —muchas de ellas irregulares o instaladas sin autorización— ha generado afectaciones directas al entorno urbano, al paisaje visual, al medio ambiente y a la seguridad pública.

Ante esta problemática, el Congreso de la Ciudad aprobó en mayo de 2022 la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, cuyo objeto es regular la instalación, distribución, mantenimiento y retiro de medios publicitarios visibles desde el espacio público. En abril de 2023 se publicó su Reglamento y,

posteriormente, los lineamientos para el pago de derechos aplicables a la expedición de licencias, permisos y autorizaciones correspondientes.

Si bien el nuevo marco normativo representa un avance en materia de regulación, la operación práctica del sistema ha revelado un desequilibrio estructural entre las atribuciones que ejercen las Alcaldías y los recursos de los que disponen para atender los efectos de la publicidad exterior en sus territorios.

En este caso particular, se presenta la circunstancia donde la normatividad local establece facultades específicas para dependencias del Gobierno de la Ciudad, y las Alcaldías, en materia de regulación de anuncios publicitarios; sin embargo, los derechos establecidos en el Código Fiscal de la Ciudad de México por la expedición de autorizaciones, licencias y permisos son transferidos al Gobierno de la Ciudad, a pesar de que las autorizaciones son facultad de las Alcaldías, conforme lo establece la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México.

La Ley de Publicidad Exterior faculta a las Alcaldías para emitir autorizaciones, realizar verificaciones y supervisar el cumplimiento normativo en sus demarcaciones.

Sin embargo, conforme al Código Fiscal de la Ciudad de México, los derechos derivados de dichos actos administrativos son ingresos del Gobierno central, sin un mecanismo de redistribución hacia las demarcaciones que ejecutan y enfrentan las consecuencias territoriales de esta actividad económica.

Esta circunstancia refleja la disparidad en cuanto la realización de actos administrativos, pues los recursos generados por dichos actos no son distribuidos en forma correspondiente.

En particular, los efectos de la instalación de anuncios publicitarios son percibidos, en primera instancia, por las personas habitantes en las calles y colonias donde dichos anuncios son colocados. El orden de gobierno al que acuden para atender cualquier inconformidad en este sentido es el local, siendo la Alcaldía el primer espacio de atención.

Además de estos efectos, la utilización del espacio público por parte de comercios, bajo el concepto de enseres e instalaciones en vía pública como lo establece la Ley de Establecimientos Mercantiles para la Ciudad de México, genera incomodidades para los habitantes de las calles y colonias en las que se instalan dichos enseres. Si bien el objetivo inicial del esquema en comento buscaba garantizar condiciones de salubridad en contextos específicos, así como dotar de una dinámica comercial distinta a zonas con alta actividad económica, los

impactos sobre el espacio público son claros, y los beneficios para la comunidad son pocos.

Los Avisos para la instalación de enseres en vía pública también requieren el pago de derechos establecidos en el Código Fiscal de la Ciudad. Es evidente, por tanto, la recaudación de recursos que pueden ser invertidos en mejoramientos y mitigaciones de los impactos señalados.

En este orden de ideas, las acciones en materia de mejoramiento urbano y de cuidado al medio ambiente realizadas por las Alcaldías, como una de las respuestas al impacto de medios publicitarios establecidos en el espacio público, podrían verse beneficiadas de la utilización de los recursos generados por el pago de derechos correspondientes, según lo establecido en el Código Fiscal de la Ciudad de México.

La presente iniciativa busca corregir una inequidad estructural entre las responsabilidades de las Alcaldías y su capacidad presupuestal. Permitir que las demarcaciones cuenten con recursos generados en su propio territorio mejorará la eficiencia administrativa, promoverá la equidad fiscal y fortalecerá la gobernanza local.

Asimismo, el uso de dichos recursos en proyectos de mejoramiento urbano y protección ambiental contribuirá a la recuperación del espacio público, al bienestar de las comunidades y a la reducción de la contaminación visual en la Ciudad de México.

En suma, esta reforma pretende avanzar hacia un modelo de distribución más justa y efectiva de los recursos, acorde con el principio de subsidiariedad y con el mandato constitucional de atender las necesidades de la población desde el nivel de gobierno más próximo.

La atención a nuestras vecinas y vecinos es prioritaria, pues tienen derecho a disfrutar de un entorno saludable, ordenado y sostenible. Se respeta el derecho a las empresas a realizar actividades comerciales, en el marco de la ley y cumpliendo las regulaciones para garantizar la seguridad y la gestión de riesgos.

Es necesario atender los impactos generados por la publicidad en las colonias y calles, en el ámbito de existencia de las comunidades, en el espacio público. Para ello, no solo basta con establecer el pago de derechos para permitir colocar un anuncio: es necesario establecer medidas de mitigación y mejoramiento urbano y del medio ambiente para que el entorno siga siendo saludable, con orden, y con proyección a futuro.

## **I.- ENCABEZADO O TÍTULO DE LA PROPUESTA**

# **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO, LA LEY DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES PARA LA CIUDAD DE MÉXICO, Y DEL CÓDIGO FISCAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO**

## **II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA QUE LA INICIATIVA PRETENDE RESOLVER**

La presente iniciativa tiene como finalidad fortalecer las acciones en materia de mejoramiento urbano y cuidado del medio ambiente por parte de las Alcaldías, realizadas en respuesta a los impactos que los anuncios publicitarios colocados en el espacio público pueden tener sobre las comunidades. Estas mejoras, enfocadas en mantenimiento de infraestructura pública y servicios urbanos, así como en la atención de áreas verdes y conservación medioambiental, requieren inversión que puede ser solventada a través de los derechos obtenidos por las autorizaciones de anuncios emitidas por la Alcaldía.

## **III. ARGUMENTOS QUE LA SUSTENTAN**

El 31 de mayo de 2022, el Congreso de la Ciudad de México aprobó la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México (LPECDMX), que tiene por objeto regular la instalación, distribución, mantenimiento, permanencia y retiro de medios publicitarios visibles desde el exterior, procurando la seguridad, protección del paisaje urbano, del medio ambiente, del patrimonio cultural, y del bienestar físico de la población.

En abril de 2023 y subsiguientes, se publicó el Reglamento de la mencionada Ley, que establece criterios técnicos (como luminosidad, ubicación respecto al patrimonio cultural, distancias mínimas, regularización de formatos previos) y sanciones para quienes operen sin licencia o fuera del catálogo regulado. En abril de 2024 la Ciudad publicó los lineamientos para el pago de derechos para medios publicitarios.

Se estimó una recaudación anual superior a 100 millones de pesos para medios como autosoportados, muros ciegos de colindancia y vallas, para el ejercicio fiscal 2024<sup>1</sup>. En contraste, organizaciones civiles señalan que por omisiones o cobros no

---

<sup>1</sup> Estimación de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda para el ejercicio fiscal de 2024, consultable en: <https://jefaturadegobierno.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/publica-gobierno-capitalino-lineamientos-para-el-pago-de-derechos-de-licencias-para-medios-publicitarios>

efectivizados en publicidad exterior el Gobierno de la CDMX ha dejado de recaudar más de 600 millones de pesos<sup>2</sup>.

El propio Gobierno de la Ciudad reconoce que el monto que se puede obtener por la recaudación de los derechos por autorizaciones, licencias y permisos de publicidad exterior se elevará en el futuro, conforme avance la regularización de los mismos<sup>3</sup>.

Las alcaldías con mayor presencia de publicidad exterior problemática son las que concentran corredores viales de alta visibilidad y tráfico vehicular, zonas de alto uso comercial, así como áreas residenciales adyacentes. Las alcaldías referidas en los operativos (Benito Juárez, Miguel Hidalgo, Cuauhtémoc, etc.) coinciden con las que presentan mayor presión visual, lumínica y estructural. La falta de recursos locales dificulta la identificación, denuncia, verificación y remediación territorial de los anuncios ilegales o nocivos.

En estos territorios, los vecinos reportan afectaciones en cuestiones de contaminación visual y lumínica, que altera la habitabilidad y el descanso; riesgos estructurales por instalaciones en azoteas o fachadas no autorizadas; pérdida de valor urbano y deterioro del paisaje arquitectónico; además de obstrucción de vistas, señalética o elementos patrimoniales.

Las Alcaldías de la Ciudad de México tienen una función esencial en la gestión territorial local: conocen mejor los usos de suelo, conocen a la población afectada y tienen capacidad operativa para vigilancia, notificación y aplicación de sanciones municipales o locales, cuando la Ley se lo permita. Sin embargo, enfrentan limitaciones estructurales que reducen su capacidad de acción.

Aunque la Ley otorga facultades para verificar cumplimiento y sancionar, muchas decisiones, autorizaciones o sanciones mayores siguen centralizadas, lo que retrasa respuesta inmediata en las Alcaldías.

Además, quienes viven en áreas con alta publicidad exterior soportan los impactos directamente; si no hay recursos locales para mitigarlos, se perpetúa desigualdad en calidad de vida entre alcaldías.

---

<sup>2</sup> Estimaciones de Jorge Carlos Negrete Vázquez, presidente de la Fundación por el Rescate y Recuperación del Paisaje Urbano, ofrecidas al periódico La Prensa en 2024, consultable en: <https://oem.com.mx/la-prensa/metropoli/gcdmx-deja-caos-en-publicidad-exterior-a-comparacion-de-la-que-recibio-en-2018-13078569>

<sup>3</sup> Tarjeta Informativa SEDUVI 080824 - Publicidad Exterior, consultable en: <https://www.seduvi.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/tarjeta-informativa-seduvi-080824-publicidad-exterior>

En este último punto, establecer apoyos para retiro inmediato de anuncios peligrosos, multas administrativas y medidas mitigadoras (por ejemplo, iluminación regulada, restitución visual), resulta fundamental para atender los efectos en la comunidad. Las Alcaldías pueden ser responsables del control inicial; estos fondos permitirían respuestas rápidas sin necesidad de esperar a la respuesta del Gobierno de la Ciudad, en el ámbito de sus competencias.

Las Alcaldías son instancias clave para atender los impactos de publicidad exterior: tienen proximidad con población, con espacio urbano, pueden hacer reportes, inspecciones locales, intervenciones rápidas. Sin embargo, requieren dotación presupuestal y técnica específica.

La asignación de recursos a las Alcaldías no sólo contribuirá a mejorar el cumplimiento normativo, sino también a la recaudación (al permitir mayor regularización), al respeto al derecho de los habitantes a un entorno visual sano, y a la equidad entre demarcaciones.

Una reforma integral a la política pública en materia de publicidad exterior debería incluir en el Presupuesto de Egresos de la Ciudad de México una partida específica para dotar a cada Alcaldía con los recursos humanos, materiales y operativos necesarios para la atención de publicidad exterior: al menos para verificación, gestión de denuncias y remediación.

Además, establecer un mecanismo de distribución clara de recursos basado en criterios objetivos como: densidad de publicidad exterior instalada, número de quejas vecinales, nivel de incumplimiento detectado, porcentaje de territorio residencial vs comercial, cercanía con patrimonio cultural, etc.

Es fundamental también mantener transparencia sobre el destino de la recaudación por derechos de publicidad exterior, con desglose por Alcaldía si corresponde, para que la población y las instancias de control puedan verificar el uso adecuado.

Es urgente facultar legalmente a las Alcaldías para que realicen acciones inmediatas de mitigación (remover anuncios peligrosos, imponer medidas cautelares) sin depender de instancias centrales, cuando se cumpla con presunciones legales de riesgo o daño, para reducir tiempos de respuesta; así como generar un programa de apoyo técnico-financiero especial para alcaldías con menores ingresos locales, para evitar que las desigualdades presupuestales internas en la CDMX impidan la aplicación homogénea de la Ley.

A esta circunstancia se suma la recaudación de recursos por concepto de derechos por los Avisos de instalación de enseres en vía pública, que utilizan el

espacio público por parte de particulares con una intención comercial, lucrativa, y que afectan el entorno en el que operan.

Este aprovechamiento del espacio público con fines privados, que además genera una ganancia económica, debería tener una corresponsabilidad para atender los impactos generados en la comunidad. El pago de derechos permite considerar la recaudación de estos conceptos como una herramienta para mitigar estos impactos.

En este orden de ideas, se presenta la siguiente iniciativa, para transitar a un modelo de fortalecimiento de las facultades de las Alcaldías, comenzando por la utilización de los recursos obtenidos por el pago de los derechos para autorizaciones, permisos y licencias de publicidad, en medidas de mitigación y atención del impacto de la publicidad. Estas acciones de mejoramiento urbano y medio ambiental permitirán mejorar la equidad entre demarcaciones por la afectación de la publicidad.

#### **IV. FUNDAMENTO LEGAL Y EN SU CASO SOBRE CONSTITUCIONALIDAD Y CONVENCIONALIDAD**

##### **A. CONSTITUCIONALIDAD**

**PRIMERO.** Que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su **artículo 122, Apartado A, fracción VI**, establece que la Ciudad de México se dividirá para efectos de su organización administrativa, en territorios y que estos estarán a cargo de alcaldías.

**SEGUNDO.** Que la **Constitución Política de la Ciudad de México**, como norma fundamental del orden jurídico local, establece en su **artículo 30 numeral 1 inciso C**, la facultad de las Alcaldías a presentar iniciativas de ley ante el Congreso de la Ciudad de México.

##### **B. LEGALIDAD**

**PRIMERO.** Que la **Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México**, en sus **artículos 4, 12 fracción III, 13 fracción LXVI** establece las atribuciones de los Alcaldes de poder presentar ante el Congreso de la Ciudad de México propuestas de iniciativas que garanticen la armonización y el estricto equilibrio de la división de poderes entre el Gobierno de la Ciudad y las alcaldías, así como para

garantizar el adecuado funcionamiento de las instituciones locales conforme a los principios constitucionales.

**SEGUNDO.** Que la **Ley Orgánica de Alcaldías de la Ciudad de México**, en su **artículo 30 fracción IV y demás relativos**, regula las atribuciones del alcalde de presentar iniciativa de Ley ante el Congreso de la Ciudad de México.

**TERCERO.** Que el **Reglamento del Congreso de la Ciudad de México**, en sus **artículos 2 fracción XXI y 95 fracción III** faculta a los alcaldes para presentar iniciativas que reformen las leyes secundarias con el objeto de fortalecer el marco institucional.

#### **V. DENOMINACIÓN DEL PROYECTO DE LEY O DECRETO.**

**INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO, LA LEY DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES PARA LA CIUDAD DE MÉXICO, Y DEL CÓDIGO FISCAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO.**

#### **VI. ORDENAMIENTO A MODIFICAR**

##### **LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO**

<b>TEXTO VIGENTE</b>	<b>TEXTO QUE SE PROPONE</b>
Artículo 8. Son atribuciones de las Alcaldías: (I...) Al (XIV...)	Artículo 8 Son atribuciones de las Alcaldías: (I...) Al (XIV...)  XV. Ejecutar los recursos obtenidos por el pago de derechos correspondientes a autorizaciones, permisos y licencias a las que hace referencia esta ley, en acciones de mejoramiento urbano y medioambiental en las zonas donde impacten los anuncios correspondientes.
Artículo 10. Son atribuciones de la SAF: (I...) II. Recibir, a través de la Tesorería de la Ciudad de México, los pagos por	Artículo 10. Son atribuciones de la SAF: (I...) II. Recibir, a través de la Tesorería de la Ciudad de México, los pagos por

<p>concepto de derechos que se generen por la expedición de Licencias, Autorizaciones y Permisos, así como aquellos que provengan del pago de multas y sanciones.</p>	<p>concepto de derechos que se generen por la expedición de Licencias, Autorizaciones y Permisos, así como aquellos que provengan del pago de multas y sanciones.</p> <p><b>Los ingresos obtenidos por estos conceptos serán transferidos a las alcaldías correspondientes para la ejecución de acciones de mejoramiento urbano y medioambiental.</b></p>
<p>Artículo 34. Las personas titulares de las Alcaldías, en el ámbito de sus competencias, expedirán las Autorizaciones de anuncios previstas en esta Ley.</p>	<p>Artículo 34. Las personas titulares de las Alcaldías, en el ámbito de sus competencias, expedirán las Autorizaciones de anuncios previstas en esta Ley.</p> <p><b>Los ingresos obtenidos por conceptos de Autorizaciones, así como los obtenidos por los conceptos de Licencias y Permisos, una vez transferidos por la SAF, serán ejecutados en acciones de mejoramiento urbano y medioambiental en las zonas de impacto de los anuncios correspondientes, en el ámbito de sus competencias.</b></p>
<p>Artículo 53. Las Autorizaciones para la instalación de anuncios, deberán solicitarse por escrito a la persona titular de la Alcaldía respectiva (...)</p> <p>A la solicitud deberá agregarse el pago de derechos correspondiente en términos del Código Fiscal de la Ciudad de México, además de los requisitos señalados en el Reglamento.</p>	<p>Artículo 53. Las Autorizaciones para la instalación de anuncios, deberán solicitarse por escrito a la persona titular de la Alcaldía respectiva (...)</p> <p>A la solicitud deberá agregarse el pago de derechos correspondiente en términos del Código Fiscal de la Ciudad de México, además de los requisitos señalados en el Reglamento.</p> <p><b>Los conceptos obtenidos por el pago de derechos de las Autorizaciones señaladas en este artículo, serán transferidos por la SAF a las Alcaldías respectivas, y solo podrán ser utilizados para acciones de</b></p>

	mejoramiento urbano y medioambiental en las zonas de impacto de los anuncios.
--	---

## LEY DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES PARA LA CIUDAD DE MÉXICO

TEXTO VIGENTE	TEXTO QUE SE PROPONE
<p>Artículo 8. Corresponde a las Alcaldías: (I ...) Al (VII...) VIII. Las demás que les señalen la Ley y otras disposiciones aplicables.</p>	<p>Artículo 8. Corresponde a las Alcaldías: (I ...) Al (VII...) VIII. Ejecutar los recursos obtenidos por el pago de derechos correspondientes a Avisos por la colocación en la vía pública de los enseres o instalaciones que se mencionan en el Título IV de la presente Ley, en acciones de mejoramiento urbano y medioambiental en las zonas donde impacten los Avisos correspondientes.  IX. Las demás que le señalen la Ley y otras disposiciones aplicables.</p>
<p>Artículo 17. El Aviso para para la colocación en la vía pública de los enseres o instalaciones que menciona el artículo anterior, tendrá vigencia de un año y podrá ser revalidado por periodos iguales con la sola manifestación de que las condiciones no han variado, que el titular o el representante legal del establecimiento mercantil ingrese al Sistema, así como el pago de derechos que establezca el Código Fiscal de la Ciudad de México.</p> <p>En caso de vencimiento (...)</p>	<p>Artículo 17. El Aviso para para la colocación en la vía pública de los enseres o instalaciones que menciona el artículo anterior, tendrá vigencia de un año y podrá ser revalidado por periodos iguales con la sola manifestación de que las condiciones no han variado, que el titular o el representante legal del establecimiento mercantil ingrese al Sistema, así como el pago de derechos que establezca el Código Fiscal de la Ciudad de México.</p> <p>Los conceptos por el pago de los derechos a que se refiere el párrafo anterior, deberán ser transferidos a las Alcaldías para ser destinados a acciones de mejoramiento urbano y medioambiental en las zonas de</p>

	<b>impacto de los Avisos.</b>  En caso de vencimiento (...)
--	---

## CÓDIGO FISCAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO

TEXTO VIGENTE	TEXTO QUE SE PROPONE
<p>Artículo 191. Por la presentación de los Avisos, así como por la expedición y revalidación de Avisos y Permisos para los establecimientos mercantiles, se pagarán derechos conforme a lo siguiente:</p> <p>I...</p> <p>II...</p> <p>III. Tratándose de establecimientos mercantiles que extiendan sus servicios a la vía pública, colocando enseres e instalaciones en los términos de la Ley de la materia, pagarán por el Aviso respectivo, una cuota anual por cada metro cuadrado que utilice, conforme a lo siguiente:</p> <p>A) ...</p> <p>B) ...</p>	<p>Artículo 191. Por la presentación de los Avisos, así como por la expedición y revalidación de Avisos y Permisos para los establecimientos mercantiles, se pagarán derechos conforme a lo siguiente:</p> <p>I...</p> <p>II...</p> <p>III. Tratándose de establecimientos mercantiles que extiendan sus servicios a la vía pública, colocando enseres e instalaciones en los términos de la Ley de la materia, pagarán por el Aviso respectivo, una cuota anual por cada metro cuadrado que utilice, conforme a lo siguiente:</p> <p>A) ...</p> <p>B) ...</p> <p><b>Los conceptos obtenidos por los derechos a los que se refiere esta fracción, deberán ser concentrados en un Fondo específico, transferidos a las Alcaldías y ejecutados en los términos de lo dispuesto en la Ley de Establecimientos Mercantiles para la Ciudad de México.</b></p>
<p>Artículo 193.- Por la expedición de licencias, permisos y autorizaciones de medios publicitarios, conforme a lo establecido en la legislación de la materia en la Ciudad de México, y en las demás disposiciones jurídicas correspondientes, con excepción de los medios publicitarios que no requieran</p>	<p>Artículo 193.- Por la expedición de licencias, permisos y autorizaciones de medios publicitarios, conforme a lo establecido en la legislación de la materia en la Ciudad de México, y en las demás disposiciones jurídicas correspondientes, con excepción de los medios publicitarios que no requieran</p>

<p>licencia, permiso o autorización, se pagarán derechos (...)</p> <p>Los derechos a los que se refiere este artículo deberán pagarse previo a la expedición de la licencia, permiso o autorización correspondiente, mediante declaración del contribuyente en la forma oficial aprobada y en el periodo que fije la legislación de la materia.</p> <p>Por la prórroga de las licencias, permisos y autorizaciones señaladas en este artículo se cobrará el monto que por su expedición establezca este Código.</p>	<p>licencia, permiso o autorización, se pagarán derechos (...)</p> <p>Los derechos a los que se refiere este artículo deberán pagarse previo a la expedición de la licencia, permiso o autorización correspondiente, mediante declaración del contribuyente en la forma oficial aprobada y en el periodo que fije la legislación de la materia.</p> <p><b>Los recursos obtenidos por el pago de derechos a que se refiere este artículo deberán ser concentrados en un Fondo específico, transferidos a las Alcaldías y ejecutados en términos de lo dispuesto en la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México.</b></p> <p>Por la prórroga de las licencias, permisos y autorizaciones señaladas en este artículo se cobrará el monto que por su expedición establezca este Código.</p>
---	---

## VII. TEXTO NORMATIVO PROPUESTO

Por lo anteriormente expuesto y fundado, someto a la consideración de esta H. Soberanía el siguiente proyecto de:

**DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO, LA LEY DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES PARA LA CIUDAD DE MÉXICO, Y DEL CÓDIGO FISCAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO**

**ARTÍCULO PRIMERO:** Se **adiciona** la fracción XV al artículo 8, y se **adicionan** diversos párrafos a los artículos 10, 34 y 53, de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, para quedar como sigue:

Artículo 8 Son atribuciones de las Alcaldías:

(I ...)

Al

(XIV...)

**XV. Ejecutar los recursos obtenidos por el pago de derechos correspondientes a autorizaciones, permisos y licencias a las que hace referencia esta ley, en acciones de mejoramiento urbano y medioambiental en las zonas donde impacten los anuncios correspondientes.**

(...)

Artículo 10 Son atribuciones de la SAF:

(I....)

II. Recibir, a través de la Tesorería de la Ciudad de México, los pagos por concepto de derechos que se generen por la expedición de Licencias, Autorizaciones y Permisos, así como aquellos que provengan del pago de multas y sanciones.

**Los ingresos obtenidos por estos conceptos serán transferidos a las alcaldías correspondientes para la ejecución de acciones de mejoramiento urbano y medioambiental.**

(...)

Artículo 34. Las personas titulares de las Alcaldías, en el ámbito de sus competencias, expedirán las Autorizaciones de anuncios previstas en esta Ley.

**Los ingresos obtenidos por conceptos de Autorizaciones, así como los obtenidos por los conceptos de Licencias y Permisos, una vez transferidos por la SAF, serán ejecutados en acciones de mejoramiento urbano y medioambiental en las zonas de impacto de los anuncios correspondientes, en el ámbito de sus competencias.**

(...)

Artículo 53. Las Autorizaciones para la instalación de anuncios, deberán solicitarse por escrito a la persona titular de la Alcaldía respectiva (...)

A la solicitud deberá agregarse el pago de derechos correspondiente en términos del Código Fiscal de la Ciudad de México, además de los requisitos señalados en el  
Reglamento.

Los conceptos obtenidos por el pago de derechos de las Autorizaciones señaladas en este artículo, serán transferidos por la SAF a las Alcaldías respectivas, y solo podrán ser utilizados para acciones de mejoramiento urbano y medioambiental en las zonas de impacto de los anuncios.

(...)

ARTÍCULO SEGUNDO: Se **adiciona** un párrafo al artículo 17 de la Ley de Establecimientos Mercantiles para la Ciudad de México, para quedar como sigue:

ARTÍCULO 8. Corresponde a las Alcaldías:

I...

(...)

VIII. Ejecutar los recursos obtenidos por el pago de derechos correspondientes a Avisos por la colocación en la vía pública de los enseres o instalaciones que se mencionan en el Título IV de la presente Ley, en acciones de mejoramiento urbano y medioambiental en las zonas donde impacten los Avisos correspondientes.

IX. Las demás que le señalen la Ley y otras disposiciones aplicables.

(...)

ARTÍCULO 17. El Aviso para para la colocación en la vía pública de los enseres o instalaciones que menciona el artículo anterior, tendrá vigencia de un año y podrá ser revalidado por periodos iguales con la sola manifestación de que las condiciones no han variado, que el titular o el representante legal del establecimiento mercantil ingrese al Sistema, así como el pago de derechos que establezca el Código Fiscal de la Ciudad de México.

Los conceptos por el pago de los derechos a que se refiere el párrafo anterior, deberán ser transferidos a las Alcaldías para ser destinados a acciones de mejoramiento urbano y medioambiental en las zonas de impacto de los Avisos.

En caso de vencimiento (...)

(...)

ARTÍCULO TERCERO: Se **adiciona** un párrafo al artículo 191 y al artículo 193 del Código Fiscal de la Ciudad de México, para quedar como sigue:

ARTÍCULO 191. Por la presentación de los Avisos, así como por la expedición y revalidación de Avisos y Permisos para los establecimientos mercantiles, se pagarán derechos conforme a lo siguiente:

I...

II...

III. Tratándose de establecimientos mercantiles que extiendan sus servicios a la vía pública, colocando enseres e instalaciones en los términos de la Ley de la materia, pagarán por el Aviso respectivo, una cuota anual por cada metro cuadrado que utilice, conforme a lo siguiente:

A) ...

B) ...

**Los conceptos obtenidos por los derechos a los que se refiere esta fracción, deberán ser concentrados en un Fondo específico, transferidos a las Alcaldías y ejecutados en los términos de lo dispuesto en la Ley de Establecimientos Mercantiles para la Ciudad de México.**

(...)

ARTÍCULO 193.- Por la expedición de licencias, permisos y autorizaciones de medios publicitarios, conforme a lo establecido en la legislación de la materia en la Ciudad de México, y en las demás disposiciones jurídicas correspondientes, con excepción de los medios publicitarios que no requieran licencia, permiso o autorización, se pagarán derechos (...)

Los derechos a los que se refiere este artículo deberán pagarse previo a la expedición de la licencia, permiso o autorización correspondiente, mediante declaración del contribuyente en la forma oficial aprobada y en el periodo que fije la legislación de la materia.

**Los recursos obtenidos por el pago de derechos a que se refiere este artículo deberán ser concentrados en un Fondo específico, transferidos a las Alcaldías y ejecutados en términos de lo dispuesto en la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México.**

Por la prórroga de las licencias, permisos y autorizaciones señaladas en este artículo se cobrará el monto que por su expedición establezca este Código.

## **TRANSITORIOS**

**PRIMERO.** - Remítase a la Jefatura de Gobierno para su promulgación y publicación en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

**SEGUNDO.** - El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

**TERCERO..-** Todas las dependencias involucradas en el presente decreto deberán actualizar sus reglamentos a fin de dar cumplimiento a lo estipulado por la ley.

**CUARTO .** – La Secretaría de Administración y Finanzas deberá establecer los mecanismos normativos correspondientes para la constitución del Fondo al que se hace referencia en el Decreto.

Dado en el Recinto del Congreso de la Ciudad de México, a los 14 días del mes de octubre del año dos mil veinticinco.

  
**ATENTAMENTE**

**Mauricio Tabe Echartea**

**Alcalde en Miguel Hidalgo**