PUBLICADOS EN LA GACETA OFICIAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO EL 06 DE JULIO DE 2022

FECHA DE ÚLTIMA MODIFICACIÓN EL 14 DE ABRIL DE 2023

LINEAMIENTOS PARA LA APLICACIÓN DEL SÉPTIMO TRANSITORIO DEL DECRETO POR EL QUE SE ABROGA LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL Y SE EXPIDE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO, PUBLICADO EL 06 JUNIO DE 2022 EN LA GACETA OFICIAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO NO. 866 BIS

PRIMERO.- Los presentes Lineamientos tienen por objeto dar cumplimiento a lo establecido por el SÉPTIMO TRANSITORIO del Decreto por el que se abroga la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal y se expide la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, publicado el 06 de junio de 2022 en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México no. 866 bis.

SEGUNDO. Para efectos de los presentes Lineamientos, además de lo previsto en el artículo 4 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, se entenderá por:

I. CSE: Corresponsable en Seguridad Estructural;

II. Cambio de modalidad: sustitución de un medio publicitario prohibido por el artículo 15 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, por uno permitido de los que se indican en el artículo 14 del citado ordenamiento;

III. DRO: Director Responsable de Obra;

IV. INAH: Instituto Nacional de Antropología e Historia;

V. INBAL: Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura;

VI. Ley de Publicidad Exterior: Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México;

VII. Licencia: documento que representa el derecho subjetivo de los particulares, que le confiere facultades o potestades específicas expresadas en actos administrativos, mediante el cual la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México permite la instalación de medios publicitarios;

VIII. Lineamientos: Lineamientos para la aplicación del Séptimo transitorio del Decreto por el que se abroga la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal y se expide La Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México;

IX. Medios publicitarios: cualquier elemento material, con o sin estructura de soporte, por el cual se difunde física, electrónica o digitalmente un mensaje explícito o implícito o bien que, sin contener un mensaje, sea una unidad integral en términos de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México;

X. Medio publicitario en tapiales: el instalado en un tablero de madera, lámina u otros materiales, ubicado en vía pública, destinado a cubrir el perímetro de una obra en proceso de construcción.

XI. Padrón: Padrón oficial de anuncios sujetos al reordenamiento de la publicidad exterior del Distrito Federal, publicado el 18 de diciembre de 2015 en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México no. 242 tomo I;

XII. Permanencia: posibilidad de que los medios publicitarios autosoportados o colocados en muros ciegos que se encuentren en el Padrón como "instalados", puedan continuar en el predio o sitio en que se encuentran, siempre y cuando cumplan con los términos y disposiciones que prevé actualmente la Ley de Publicidad Exterior.

XIII. Reubicación: cambio del punto o ubicación donde se encuentre instalado un medio publicitario; y

XIV. SEDUVI: Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México.

TERCERO.- Las personas físicas y morales responsables de los medios publicitarios que corresponden a las modalidades incluidas en el Padrón y en los supuestos establecidos en el artículo 15 de la Ley de Publicidad Exterior que estén

interesadas en realizar las gestiones para obtener, en su caso, la licencia o permiso, según corresponda, que les permita el cambio de modalidad y/o reubicación, o permanencia de dichos medios publicitarios, deberán sujetarse a los presentes lineamientos. Sólo podrán solicitarlo las personas físicas y morales que acrediten tener un derecho adquirido al encontrarse en las modalidades y los domicilios que aparecen en el Padrón y cuyo estatus sea "instalados" y que así se encuentren en la actualidad.

CUARTO.- Las personas físicas y morales interesadas en obtener, en su caso, una licencia o permiso, según corresponda, para el cambio de modalidad, reubicación y/o permanencia de los medios publicitarios, conforme a lo previsto en el Séptimo Transitorio de la Ley de Publicidad Exterior, deberán presentar en la oficialía de partes de la SEDUVI la solicitud por escrito que contenga la información siguiente:

I. Nombre o razón social de la persona física o moral que se encuentre dentro del Padrón, así como de su representante legal o apoderado, anexando los documentos que acrediten su personalidad y representación.

II. Tratándose de personas físicas, identificación oficial vigente con fotografía (credencial para votar o pasaporte).

III. Cuando se trate de personas morales, se deberá presentar Acta Constitutiva y/o el Poder Notarial que acredite la personalidad del representante legal que promueve en su nombre y representación, así como identificación oficial vigente con fotografía (credencial para votar o pasaporte).

IV. Domicilio, número telefónico y correo electrónico del promovente, para oír y recibir notificaciones, así como su consentimiento para recibir notificaciones mediante correo electrónico.

V. Propuesta de cronograma para el retiro de los medios publicitarios que se encuentran prohibidos en el artículo 15 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México. En dicha propuesta se establecerá el domicilio y la modalidad de los medios instalados. (ver anexo 1)

VI. La propuesta deberá tener como objeto el ordenamiento del paisaje urbano y evitar la saturación del mismo. Por ello, deberá considerar la reducción de la totalidad de los medios publicitarios con los que cuenta instalados actualmente.

VII. Acreditar que se encuentran enlistados con el estatus de "instalados" en el Padrón, señalando los domicilios y las modalidades de los medios publicitarios de los cuales se solicita su permanencia, cambio de modalidad y/o reubicación (ver anexo 2). Asimismo, deberán presentar las pruebas pertinentes, idóneas y suficientes para acreditar su previa instalación y legal permanencia, como son: licencias, permisos o autorizaciones respectivas, sentencias jurisdiccionales firmes; así como, en su caso, el pago de derechos y las licencias con las que cuenten, entre otros.

VIII. Asimismo, se deberá señalar el estatus jurídico actual de los medios publicitarios sujetos al cambio de modalidad; es decir, si el mismo está sujeto o, en su caso, si lo fue de un procedimiento administrativo o algún medio de impugnación, así como la instancia que conoce o conoció del mismo. Precisando el acto o actos impugnados y las autoridades demandadas, en su caso, si el mismo fue resuelto, señalando si está firme la determinación, debiendo anexar copias certificadas de las resoluciones, acuerdos y sentencias emitidas por la autoridad competente (ver anexo 3).

IX. Las personas físicas o morales que soliciten cambios de modalidad deberán presentar la solicitud integrando a la misma escrito acompañado de esquemas (imágenes, planos, etc.) donde se describa claramente: ubicación, dimensiones, materiales, estructura y fijación, sistema de iluminación, el sistema para exhibir publicidad (cartelera de papel, pantalla digital, otro), imagen objetivo (render o fotomontaje), así como todas las especificaciones técnicas necesarias que considere respecto del medio publicitario a instalar.

X. Las personas físicas o morales que posean medios publicitarios autosoportados o muros ciegos, de los que se solicite la permanencia deberán anexar a su solicitud análisis técnico que integre:

a) Fotografías del autosoportado en el sitio, en las cuales se deberá apreciar su ubicación, las colindancias en las que sea visible y el estado actual del inmueble donde está instalado.

b) Dictamen de seguridad estructural firmado y avalado por un DRO o un CSE que garantice que el medio publicitario autosoportado instalado reúne las condiciones y las características de seguridad que se requieren para evitar situaciones

de riesgo y daños a las personas y al inmueble o inmuebles colindantes a su instalación.

c) Bitácora del mantenimiento firmada por un DRO o CSE, acompañada de fotografías, planos arquitectónicos, estructurales del autosoportado y la memoria de cálculo; dichos planos deberán incluir (si es el caso) las construcciones o elementos arquitectónicos cercanos a donde se encuentra instalado éste.

d) Copia certificada por fedatario público del contrato de arrendamiento vigente entre la persona propietaria, administradora o poseedora del inmueble en donde se encuentra instalado el medio publicitario. En el entendido de que para el supuesto que la vigencia sea menor a tres años se tendrá que solicitar su renovación con el contrato que ampare el periodo restante.

XI. En los casos de cambio de modalidad y/o reubicación de medios publicitarios se deberá incluir además la manifestación bajo protesta de decir verdad del retiro y la no reinstalación de los medios publicitarios de que se trate, así como fotografías y el cronograma de actividades con las que se acredite los trabajos que se están realizando o se han realizado para su retiro (ver anexo 4).

XII. Fecha y firma de la persona promovente.

La permanencia de algún medio publicitario de los prohibidos en el artículo 15 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México será analizada y determinada por la SEDUVI. En ningún caso podrá aplicar para los medios publicitarios instalados en azoteas. Respecto a las solicitudes de permanencia, cambio de modalidad o reubicación, la SEDUVI analizará el tiempo durante el cual han sido exhibidos, así como los importes que han dejado de pagar al Gobierno de la Ciudad; ambos elementos serán considerados en sus determinaciones.

QUINTO. Tratándose de solicitudes de cambios de modalidad, se podrá optar por las siguientes:

I. Cambio de cartelera análoga por cartelera digital: a quienes acrediten su permanencia, cumplan con las distancias y consideraciones establecidas en la Ley de Publicidad Exterior y los presentes Lineamientos.

II. Mobiliario urbano con publicidad integrada: aquel que estará determinado por las necesidades de la Ciudad con el objetivo de mejorar la calidad del espacio público, las condiciones de seguridad ciudadana y accesibilidad, además de cumplir con lo siguiente:

a) Presentar para su dictaminación en la Comisión Mixta de Mobiliario Urbano propuesta de mobiliario urbano con publicidad integrada, describiendo el beneficio que este dará al espacio público y a la ciudadanía, acompañado del plano con las medidas, materiales e imágenes objetivo (render o fotomontajes); indicar emplazamiento (ubicación donde se instalará el mobiliario) para analizar la viabilidad de éstos.

b) El mobiliario urbano con publicidad integrada sólo podrá instalarse de acuerdo con lo establecido en la Ley de Publicidad Exterior.

III. Medio publicitario en tapiales: las medidas de los tapiales serán de 5.00 X 3.00 metros y no se podrán instalar en inmuebles afectos al patrimonio cultural urbano o declarado como monumento histórico o artístico;

IV. Medio publicitario en valla: cartelera situada en lotes baldíos, estacionamientos públicos, con fines publicitarios, que se instalarán en elementos metálicos con carteleras de 5.00 X 3.00 metros. La altura máxima será de 3.30 metros y se podrán incluir pantallas.

V. Medio publicitario temporal en mallas de protección para arreglo y mantenimiento de fachadas, con o sin valor patrimonial: se instala en una estructura temporal tipo andamio, sobre el que se coloca una malla con publicidad. La colocación del andamio deberá permitir el libre y seguro tránsito peatonal sin obstruir la libre circulación.

Para solicitar el cambio de modalidad a este medio publicitario deberá presentar las ubicaciones acompañadas de las fotografías del inmueble en su estado actual, así como de un cronograma de acciones (trabajos de obra) para el arreglo de las fachadas y de la duración de éstos. Dicho medio publicitario deberá permitir la visibilidad de los trabajos de mantenimiento de las fachadas en que se instalen.

Los proyectos de arreglo y mantenimiento de fachadas serán autorizados por la SEDUVI, sin detrimento de las determinaciones que emitan el INAH y/o el INBAL, en el ámbito de sus respectivas competencias conforme a la Legislación Federal aplicable.

VI. Medios publicitarios de cartelera publicitaria en muro ciego de planta baja: aquellos instalados en muros carentes de vanos y accesos sobre el que se colocará un bastidor ligero de madera o metal sobre el que se colocan carteles publicitarios de materiales reciclables y no permanentes, los cuales tendrán medidas de hasta 1.50 X 3.00 metros con separaciones de 0.60 centímetros. Dichos medios publicitarios deberán contar con iluminación indirecta a la vía pública; asimismo, se deberá dar mantenimiento constante al muro y en ningún caso se deberá tapiar, bloquear o colocar ningún elemento en ventanas, vanos, rejillas o accesos para la colocación de este medio publicitario.

VII. Medios publicitarios en muros ciegos de colindancia en corredores publicitarios: deberán adaptarse al uso de un 40% del muro susceptible para exposición de publicidad y no deberá rebasar los 300 metros cuadrados de superficie dedicada a la exhibición de publicidad.

Fracción modificada GOCDMX N° 1084 Bis 14-04-2023

SEXTO. El cronograma para el retiro de los medios publicitarios al que se refiere la fracción III del numeral CUARTO, deberá contener el total de los medios publicitarios con el que cuenta el solicitante, el tipo, ubicación exacta, fecha de inicio y término del retiro, así como el porcentaje por etapa.

El retiro de los medios publicitarios no deberá exceder de un año a partir de la entrada en vigor de la Ley de Publicidad Exterior y se deberá realizar conforme a lo siguiente:

I. Durante el periodo del 7 de julio de 2022 al 06 de enero de 2023 se deberán de retirar por lo menos el 40% de la totalidad de los medios publicitarios que correspondan a las personas responsables de los mismos. Debiendo retirarse en primer término aquellos que se encuentren ubicados en corredores publicitarios y áreas de conservación patrimonial.

II. Durante el periodo del 7 de enero al 6 de abril de 2023 deberán retirar el otro 40% de la totalidad de los medios publicitarios que correspondan; y

III. En el periodo del 7 de abril al 6 de julio de 2023 deberán retirar los medios publicitarios restantes.

Tendrán prioridad en la elección de cambio de modalidad y ubicaciones aquellas personas publicistas que hayan realizado y acreditado en primer término el retiro de los medios publicitarios que se encuentren en el supuesto del artículo 15 de la Ley de Publicidad Exterior, así como los que consideren un mayor porcentaje de reducción de la totalidad de sus medios publicitarios.

SÉPTIMO. La valoración de la idoneidad de las pruebas y la viabilidad de las propuestas recibidas se realizará atendiendo al cumplimiento de los aspectos siguientes:

I. Viabilidad jurídica: acreditación de la previa instalación y legal permanencia de los medios publicitarios en los términos señalados en el artículo SÉPTIMO transitorio de la Ley de Publicidad Exterior y que la resoluciones emitidas por autoridad competente se encuentren cumplimentadas de aquellos medios publicitarios objeto de regularización.

II. Viabilidad técnica: verificar que los medios publicitarios a instalar, con motivo del cambio de modalidad y/o reubicación, cumplan con los objetivos del reordenamiento y las disposiciones de la Ley de Publicidad Exterior. En todo momento, se vigilará que los medios publicitarios representen un menor riesgo en materia de seguridad para las personas y sus bienes, a la par que la ciudadanía pueda gozar de un paisaje ordenado, seguro y armónico.

Asimismo, se considerará la viabilidad del cronograma de retiro, el cual deberá garantizar que los medios publicitarios sean retirados en los tiempos señalados por la Ley de forma ordenada, segura y sistematizada, a fin de garantizar el ordenamiento por vialidades y del paisaje urbano.

En ese orden de ideas, a fin de analizar la **viabilidad jurídica** y **técnica** de las propuestas de reordenamiento, la SEDUVI considerará lo siguiente:

a) Acreditación de que los medios publicitarios propuestos se encuentren dentro de las modalidades incluidas en el Padrón, cuyo status sea “instalado”, de conformidad con el Séptimo Transitorio de la Ley en mención;

b) Que acrediten su previa instalación y permanencia de acuerdo con las pruebas que presenten al efecto;

c) Revisión del estado jurídico actual del medio publicitario en mención, que se acreditará que el medio de impugnación se encuentra concluido y que se tuvo por cumplida la ejecutoria. Lo anterior, sin perjuicio de que la SEDUVI se allegue de mayores elementos de prueba, como puede ser la información de otras instituciones.

d) Acreditación de la personalidad, en los casos que el promovente actúa como apoderado o representante legal, de conformidad con lo establecido en los artículos 40 a 42 de la Ley de Procedimiento Administrativo de la Ciudad de México.

e) Cumplimiento de las siguientes consideraciones técnicas:

1. Que las ubicaciones de los medios publicitarios para su reubicación cumplan con la distancia respecto a otros medios publicitarios de su misma modalidad y estar intercalados (tresbolillo), como lo describe la Ley. De no ser factible ello por razones físicas espaciales o de protección civil, se buscarán otras ubicaciones en un radio de 250 metros respecto a los medios prohibidos retirados;

2. Que tratándose de autosoportados que soliciten permanencia, la cartelera no deberá rebasar el límite del predio donde se encuentre instalado y deberá contar con las medidas reglamentarias;

3. La solicitud de permanencia de medios publicitarios instalados en muros ciegos deberá adaptarse al uso de un 40% del muro susceptible de publicitarse; asimismo, se verificará que no se encuentren dentro de Áreas de Conservación Patrimonial;

4. Que la instalación de cualquier medio publicitario propuesto no limite o bloquee las condiciones de iluminación y/o de ventilación de los edificios;

5. Que los medios publicitarios propuestos a instalar cumplan con las consideraciones para salvaguardar la integridad y la seguridad de todas las personas que habitan, visitan y transitan la Ciudad, así como de sus bienes; por ello, las propuestas deberán incluir el cumplimiento de todos los requisitos indicados en la Ley de Publicidad Exterior en materia de seguridad estructural y de contribuir con el ordenamiento del paisaje y la imagen urbana;

6. En caso de ser medios publicitarios instalados en vía pública, el proyecto deberá ser previamente aprobado por la Comisión Mixta de Mobiliario Urbano de conformidad con el artículo 106 del Reglamento para el Ordenamiento del Paisaje Urbano vigente en la Ciudad de México; y

7. Que el cronograma de retiro presentado cumpla con lo previsto en el Séptimo Transitorio de la Ley de Publicidad Exterior, así como con las especificaciones indicadas en los presentes Lineamientos.

OCTAVO. Una vez presentada la solicitud de permanencia, cambio de modalidad y/o reubicación, la SEDUVI dentro de los 40 días hábiles siguientes a la recepción de la misma analizará y valorará la idoneidad de las pruebas y viabilidad de las propuestas. Posteriormente acordará respecto a la viabilidad o no de la solicitud a efecto de que, en su caso, continúe con las acciones correspondientes para el retiro de los medios publicitarios, así como con los trámites necesarios para la obtención de las Licencias o Permisos respectivos. El acuerdo será notificado a la persona publicista por parte de la SEDUVI.

NOVENO. Para obtener la licencia o permiso respectivo el promovente deberá acreditar lo siguiente:

I. El retiro de los medios publicitarios conforme al cronograma presentado, para lo cual deberá presentar la evidencia fotográfica donde se observe su instalación y retiro, así como su respectivo proceso y demás medios de prueba con los que acredite la preexistencia del medio publicitario.

II. Cumplir con los requisitos previstos en la Ley de Publicidad Exterior que señalan los artículos 39, 40, 41, 42 y demás relativos para la emisión de las licencias.

III. Únicamente para aquellos casos en los que la solicitud verse sobre cambio de modalidad y/o reubicación, o medios publicitarios en la vía pública o en bienes inmuebles y estos no contaran con un Permiso Administrativo Temporal Revocable vigente, el interesado deberá obtener el permiso o licencia respectivo, para que la misma sea presentada como requisito adicional para la tramitación de un nuevo Permiso Administrativo Temporal Revocable, con independencia de la

autorización por parte de la Comisión Mixta de Mobiliario Urbano y el respectivo emplazamiento.

IV. Los medios publicitarios que cuenten con un Permiso Administrativo Temporal Revocable vigente deberán obtener en un plazo no mayor a 120 días hábiles las licencias o permisos adicionales previstos en la Ley de Publicidad Exterior, cuando así resulte necesario.

V. Asimismo, el promovente deberá presentar manifestación bajo protesta de decir verdad de no reinstalación de los medios publicitarios retirados, lo cual podrá ser materia de verificación administrativa en cualquier momento.

En el supuesto de que la propuesta requiera la emisión de un Permiso Administrativo Temporal Revocable, la SEDUVI solicitará a la Dirección General de Patrimonio Inmobiliario su opinión a fin de que ésta manifieste, en su caso, algún impedimento para la emisión del permiso correspondiente.

Asimismo cuando la propuesta requiera de permisos para la instalación de medios publicitarios en vehículos de transporte, de pasajeros y de carga en todas sus modalidades, así como medios publicitarios en equipamiento auxiliar de transporte, se solicitará a la Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México visto bueno relativo a la ubicación y características de dichos medios.

DÉCIMO. En un plazo de 120 días hábiles contados a partir de recibida la solicitud de cambio de modalidad y/o reubicación o permanencia, la SEDUVI por sí y/o con la colaboración de otras áreas de la administración pública local, verificará el retiro de los medios publicitarios conforme al cronograma presentado, así como el cumplimiento de los requisitos para el otorgamiento de las licencias, a fin de emitir su determinación, según proceda. Posteriormente procederá a emitir la licencia o permiso respectivo, lo cual se notificará a las personas interesadas.

DÉCIMO PRIMERO. Todo trámite relacionado con los presentes Lineamientos se llevará a cabo en la oficialía de partes de la SEDUVI, la cual está ubicada en Amores 1322, colonia del Valle Centro, demarcación territorial Benito Juárez, Ciudad de México.

DÉCIMO SEGUNDO. El procedimiento descrito en los presentes Lineamientos se llevará a cabo conforme con lo establecido en la Ley de Procedimiento Administrativo, la Ley de Publicidad Exterior y la Ley de Desarrollo Urbano; todas vigentes en la Ciudad de México.

DÉCIMO TERCERO. La interpretación de los presentes Lineamientos, así como los casos no previstos, serán resueltos por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México. Lo anterior, en estricto apego al derecho a la buena administración pública a través de un gobierno honesto, transparente, profesional, eficaz, eficiente que procure el interés público y combate la corrupción.

DÉCIMO CUARTO. La SEDUVI podrá verificar en cualquier momento la información y documentación presentada, pudiendo solicitar la información que corresponda a las autoridades o instancias competentes. En los casos en que se detecte información o documentación falsa, se interrumpirá el proceso y se dará aviso a las autoridades competentes.

DÉCIMO QUINTO. En la emisión de los Acuerdos de Viabilidad contemplados en los presentes Lineamientos la Secretaría determinará lo conducente de acuerdo con el tipo de medio publicitario:

a) En Autosoportados:

I. Deberán ubicarse, respecto a otros del mismo tipo, a una distancia mínima de 250 metros sobre el paramento de la vialidad en donde estén instalados y tener una distribución en tresbolillo respecto al otro paramento;

II. La superficie publicitaria no podrá exceder de 12.90 metros de ancho por 7.20 metros de altura, o, cuando sea vertical, de 3 metros de ancho por 6 metros de altura;

III. Podrán instalarse en la columna que los soporte hasta dos carteleras, siempre que se encuentren en paralelo, a un mismo nivel y montadas sobre la misma estructura;

IV. La columna de soporte tendrá una altura máxima de 24 metros y mínima de 8 metros, contados entre el nivel de banqueta y la parte inferior de la cartelera; y

V. Podrán permanecer en inmuebles de propiedad privada ubicados en corredores con segundo piso, siempre y cuando, la columna de soporte tenga la altura necesaria para que el límite inferior de la cartelera sea de 5 metros contados a partir de la superficie de rodamiento del segundo piso, esto una vez que la SGIRPC determine que dicha permanencia no representa un riesgo para la integridad física o patrimonial de las personas.

b) En muros ciegos

I. El medio publicitario se deberá encontrar a una distancia de 125 metros respecto a otros medios de gran formato sobre el mismo paramento a lo largo de la vialidad, con una distribución en tresbolillo respecto al otro paramento de la misma; y

II. No deberán estar instalados en inmuebles afectos al Patrimonio Cultural Urbano.

Los Acuerdos de Viabilidad para la permanencia emitidos por la Secretaría estarán condicionados a su reubicación cuando:

1. Estén instalados hasta cuatro medios publicitarios autosoportados y/o en muros ciegos de colindancia en un diámetro de 250 metros;

2. No cumplan con la distribución en tresbolillo;

3. Las carteleras invadan la vía pública o los predios colindantes; y

4. No cumplan con las disposiciones del inciso a) del presente ordinal.

Ordinal adicionado GOCDMX N° 1084 Bis 14-04-2023

TRANSITORIOS

PRIMERO.- Publíquese en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

SEGUNDO.- Los presentes Lineamientos entrarán en vigor al día siguiente de su publicación.

Ciudad de México, a 06 de julio de 2022

(Firma)

MTRO. CARLOS ALBERTO ULLOA PÉREZ
SECRETARIO DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA
DE LA CIUDAD DE MÉXICO

TRANSITORIOS DEL ACUERDO POR EL QUE SE MODIFICAN LOS "LINEAMIENTOS PARA LA APLICACIÓN DEL SÉPTIMO TRANSITORIO DEL DECRETO POR EL QUE SE ABROGA LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL Y SE EXPIDE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO, PUBLICADO EL 06 JUNIO DE 2022 EN LA GACETA OFICIAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO NO. 866 BIS", CORRESPONDIENTE A LA GACETA OFICIAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO N° 1084 BIS DE FECHA 14 DE ABRIL DE 2023.

PRIMERO.- Publíquese en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

SEGUNDO.- El presente Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación.