

DIPUTADO FAUSTO MANUEL ZAMORANO ESPARZA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA
CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
II LEGISLATURA.
P R E S E N T E.

La suscrita, Diputada **MARÍA DE LOURDES GONZÁLEZ HERNÁNDEZ**, integrante del Grupo Parlamentario del PRI en este H. Congreso de la Ciudad de México, II Legislatura; con fundamento en los artículos 122, apartado A, fracciones I y II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29, apartado A, numeral 1 de la Constitución Política de la Ciudad de México; 13, fracción IX, 21 y 29 de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; y 5, fracción I, 76, 79, fracción IX, 99, fracción II, 101 y 118 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México; someto a su consideración la siguiente **PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO DE URGENTE Y OBVIA RESOLUCIÓN POR EL QUE SE EXHORTA RESPETUOSAMENTE A LA PERSONA TITULAR DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO INMOBILIARIO PARA QUE REMITA DIVERSA INFORMACIÓN RESPECTO DE LOS PERMISOS ADMINISTRATIVOS TEMPORALES REVOCABLES OTORGADOS A UN PARTICULAR, ASÍ COMO A LA PERSONA TITULAR DE LA SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA, PARA QUE, EN APEGO A SUS ATRIBUCIONES PREVISTAS EN LOS ARTÍCULOS 7 Y 8, RESPECTIVAMENTE, DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO, ACTUALICEN LOS DATOS DE LA EMPRESA GRUPO RENTABLE Y OTRAS EMPRESAS DEL SECTOR EN LA PLATAFORMA DIGITAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO, Y, EN SU CASO, REALICEN EL RETIRO INMEDIATO DE TODOS AQUELLOS ESPECTACULARES O VALLAS QUE NO CUENTE CON LA LICENCIA, PERMISO O AUTORIZACIÓN E INFORME LAS NUEVAS UBICACIONES OTORGADAS A DICHA EMPRESA, LO ANTERIOR CON EL ÚNICO FIN DE EVITAR PONER EN RIESGO LA VIDA Y LA SEGURIDAD DE LAS PERSONAS, INMUEBLES O ÁREAS PROTEGIDAS**, al tenor de los siguientes:

I. ANTECEDENTES

Se considera como infraestructura urbana al conjunto inmobiliario del dominio público como la vía pública, el suelo de uso común, las redes subterráneas de distribución de bienes y servicios, así como las estructuras físicas, tales como: caminos, vialidades, postes, puentes vehiculares,



CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
DIPUTADA MARÍA DE LOURDES GONZÁLEZ HERNÁNDEZ



II LEGISLATURA

conexiones interurbanas y peatonales, redes de agua potable, de drenaje y eléctricas, y otros bienes inmuebles que provean servicios básicos a los asentamientos humanos en una ciudad determinada, como parte de su funcionamiento.

Por su parte, se considera como equipamiento urbano al conjunto de inmuebles, instalaciones, construcciones y mobiliario urbano, destinados a prestar a la población servicios públicos, de administración pública, de educación y cultura; de comercio, de salud y asistencia; de deporte y de recreación, de traslado, de transporte y otros, se le denomina

A su vez, el mobiliario urbano son todos los elementos complementarios al equipamiento urbano, ya sean fijos, móviles, permanentes o temporales, ubicados en la vía pública o en espacios públicos formando parte de la imagen de la Ciudad.

Toda la infraestructura urbana requiere de manera permanente un mejoramiento, mismo que consiste en la regeneración, rehabilitación y conservación durante el tiempo que determinen las autoridades competentes.

Uno elemento que es parte de la imagen urbana de la Ciudad de México es la publicidad, considerada como medio publicitario, ya sea que cuente o no con una estructura de soporte en el que se difunda física, electrónica o digitalmente un mensaje explícito o implícito.

Así es que la publicidad exterior, como está definida en la Ley en comento, *“es todo medio publicitario que se instala en el espacio público u otros bienes y que es visible desde el exterior a la vía pública. Su finalidad es difundir propaganda, publicidad comercial o información diversa de interés general.”*

En los últimos años, la Ciudad de México se ha saturado de publicidad exterior en casi todos sus espacios, a pesar de las nuevas disposiciones previstas en la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México que entró en vigor apenas en junio del año pasado, lo cual representa un problema de contaminación al paisaje urbano, daño a la identidad de la urbe y



CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
DIPUTADA MARÍA DE LOURDES GONZÁLEZ HERNÁNDEZ



muchas veces como un peligro para la integridad de las personas, sus inmuebles o para ciertas áreas como las de conservación patrimonial, valor ambiental, áreas naturales protegidas o en suelo de conservación.

Incluso puede ser mucho más grave en términos de salud, ya que de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), el 40 por ciento de quienes habitan un departamento u oficina con paisajes desagradables, tiende a deprimirse.¹

Es importante precisar que la Jefa de Gobierno de la Ciudad de México anunció en diciembre pasado que se había realizado un convenio con las empresas de publicidad, a fin de retirar anuncios o espectaculares considerados ilegales y evitar un impacto al erario si el gobierno los retiraba y no las empresas de publicidad, e informó que a esa fecha se habían retirado 285 espectaculares de los más de 1200 que se estimaban existentes hasta ese momento.²

Sin embargo, de acuerdo con datos de la Fundación por el Rescate y Recuperación del Paisaje Urbano (FRRPU), el Gobierno de la Ciudad de México tiene como meta para el primer semestre de este año remover 900 anuncios publicitarios, de cuales al mes de febrero sólo lo había logrado con 95.³

Se debe precisar, que además del exceso de publicidad exterior, los espectaculares representan un riesgo en materia de protección civil, como lamentablemente lo pudimos ver en el terrible sismo de 2017.

¹ Universidad Nacional Autónoma de México. *Los daños por la contaminación visual*. México, 2019. <https://ciencia.unam.mx/contenido/infografia/58/infografia-asi-te-afecta-la-contaminacion-visual->

² El Economista. *CDMX suma 285 espectaculares ilegales retirados con apoyo de la iniciativa privada: Sheinbaum*. México, 2022. <https://www.eleconomista.com.mx/estados/CDMX-suma-285-espectaculares-ilegales-retirados-con-apoyo-de-la-iniciativa-privada-Sheinbaum-20221220-0090.html>

³ El Economista. *Advierten retraso en el retiro de espectaculares en la Ciudad de México*. México, 2023. <https://www.eleconomista.com.mx/econohabitat/Advierten-retraso-en-el-retiro-de-espectaculares-en-la-Ciudad-de-Mexico-20230220-0023.html>



II LEGISLATURA

CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
DIPUTADA MARÍA DE LOURDES GONZÁLEZ HERNÁNDEZ



De acuerdo con la FRRPU, en promedio se desploman 18 estructuras publicitarias al año en la Ciudad de México, y que incluso, en algunos años se han llegado a colapsar hasta 200. Esta situación exige de una mayor atención y actuación de las autoridades competentes.

Desde el año 2018, diversos medios impresos han documentado el exceso de publicidad exterior, e incluso de irregularidades en las que estas empresas incurren sin que ocurra nada.

Un ejemplo de ello es la empresa Grupo Rentable en la que, en su momento, se hizo público que se le llegó a autorizar más de mil 300 espectaculares, y en algunos casos, la instalación de los anuncios publicitarios implicó el daño y tala de árboles.^{4 5} Dicha empresa sigue teniendo una importante influencia en el mercado de la publicidad exterior.

Es por ello que el presente punto de acuerdo exhorta tanto a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, así como a las Alcaldías para que, en apego a sus atribuciones, actualicen los datos de la empresa Grupo Rentable y otras empresas en la Plataforma Digital de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, a la Dirección General de Patrimonio Inmobiliario para que remita un informe respecto de los permisos administrativos temporales revocables en favor de la persona moral citada, y para que, en caso de detectar anuncios o vallas publicitarias irregulares, realicen su retiro, de conformidad con los artículos transitorios de la Ley de Publicidad citada emitida en el año 2022.

Además de que les suspendan o revoquen sus registros y, en su caso, revoquen sus licencias, permisos y autorizaciones para la instalación de anuncios si se acreditan irregularidades graves o daños a la seguridad de las personas, inmuebles o áreas protegidas. Así como, para que el Instituto de Verificación Administrativa en coordinación con las Alcaldías, realicen las visitas de verificación administrativa correspondiente e impongan las

⁴ Reporte índigo. *El Zar impune del Gobierno del Distrito Federal*. México, 2012. <https://www.reporteindigo.com/reporte/el-zar-impune-del-gdf/>

⁵ El Financiero. Opinión Raymundo Riva Palacio. Escoto, ¿financiero de Ebrard? <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/raymundo-riva-palacio/escoto-financiero-de-ebrard/>

medidas cautelares, de seguridad y apliquen las sanciones procedentes a los medios publicitarios prohibidos e irregulares sin licencia, permiso o autorización.

II. CONSIDERANDO

1. Que corresponde a la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, regular la instalación, distribución, mantenimiento, permanencia y retiro de los medios publicitarios en el espacio público o en cualquier otro bien visible desde el exterior.
2. Que la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, tiene como finalidades las siguientes:

“Artículo 3. Son fines de la presente Ley:

- I. Proteger, respetar, procurar, recuperar y regenerar el espacio público y el paisaje urbano de la Ciudad de México, promoviendo su creación, conservación, mantenimiento y defensa en condiciones de calidad, igualdad, inclusión, accesibilidad y diseño universal, con las medidas de seguridad, gestión integral de riesgos y protección civil, sanidad y funcionalidad para su pleno disfrute; asimismo, evitar la saturación publicitaria en el espacio público o en cualquier otro bien visible desde el exterior en la vía pública;*
- II. Garantizar el derecho de las personas en la Ciudad de México a un entorno natural y urbano sostenible que propicie una mejor calidad de vida y libre desarrollo de la ciudadanía, garantizando su seguridad, la percepción armónica de la imagen urbana y el disfrute pleno del paisaje urbano, en su carácter colectivo, comunitario y participativo;*
- III. Preservar el paisaje urbano, las edificaciones y los elementos culturales y étnicos que hacen posible la vida en común de las personas y que conforman los rasgos característicos de la Ciudad de México;*
- IV. Evitar el abuso de elementos no arquitectónicos que alteran el espacio público o que generen sobreestimulación visual agresiva y/o invasiva;*

- V. *Salvaguardar la integridad física y patrimonial de las personas, así como la infraestructura vial y de servicios de aquellos riesgos que pueden representar los medios publicitarios en exteriores, de conformidad con las normas en materia de gestión integral de riesgos y protección civil;*
- VI. *Garantizar la perspectiva de género, así como contribuir a la erradicación de la discriminación y toda forma de violencia contra las mujeres, y*
- VII. *Garantizar que la comunicación visual publicitaria esté libre de mensajes de discriminación motivada por origen étnico o nacional, de género, edad, discapacidad, condición social y de salud, religión, preferencia sexual, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana."*
3. Que el artículo 5 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México establece que la publicidad exterior, *"es todo medio publicitario que se instala en el espacio público u otros bienes y que es visible desde el exterior a la vía pública. Su finalidad es difundir propaganda, publicidad comercial o información diversa de interés general."*
4. Que corresponde a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México, de acuerdo al artículo 7 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, las siguientes:

"Artículo 7. Son atribuciones de la Secretaría:

- I. *Establecer, coordinar, ejecutar y evaluar las políticas, estrategias y acciones para la instalación, mantenimiento, distribución, permanencia y retiro de los medios publicitarios de su competencia;*
- II. *Proponer a la persona titular de la Jefatura de Gobierno proyectos de disposiciones legales y reglamentarias en materia de publicidad exterior, así como sus reformas;*
- III. *Conservar en forma ordenada y sistemática toda la documentación que genere con motivo del ejercicio de las atribuciones que le confiere esta Ley y su Reglamento;*



II LEGISLATURA

CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
DIPUTADA MARÍA DE LOURDES GONZÁLEZ HERNÁNDEZ



- IV. *Generar un expediente electrónico de los publicistas asociados con lo relativo a los medios publicitarios de su competencia; lo anterior, en términos de lo establecido en la Ley de Ciudadanía Digital de la Ciudad de México;*
- V. *Otorgar las Licencias para la instalación de medios publicitarios previstos en el artículo 28 fracción III de esta Ley, conforme a lo dispuesto en la misma y su Reglamento;*
- VI. *Revocar las Licencias otorgadas para la instalación de medios publicitarios conforme a lo dispuesto en esta Ley y su Reglamento;*
- VII. *Requerir a los publicistas el retiro de publicidad, en caso de que contravengan lo dispuesto por la presente Ley, su Reglamento y los demás ordenamientos aplicables. Dicho retiro será a costa de las personas responsables solidarias de la instalación;*
- VIII. *Informar, a través de la Plataforma, al Instituto y a la SGIRPC de la emisión y revocación de las Licencias, así como de las resoluciones judiciales o administrativas que establezcan derechos respecto de medios publicitarios o las dejen sin efectos;*
- IX. *Solicitar al Instituto y a las Alcaldías las visitas de verificación administrativa y, en su caso, la imposición de medidas cautelares y de seguridad, en el ámbito de sus respectivas competencias;*
- X. *Mantener actualizada la Plataforma con el registro de las Licencias que emita, incluyendo los datos de ubicación de los medios publicitarios, así como la información respectiva al Registro de Publicistas;*
- XI. *Ordenar al publicista la ejecución de los trabajos de conservación y mantenimiento de los medios publicitarios instalados que sean necesarios para garantizar la seguridad de las personas y sus bienes, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley, su Reglamento y la normativa en materia de construcciones;*
- XII. *Solicitar a las dependencias y autoridades correspondientes el retiro de los materiales relacionados con los medios publicitarios abandonados;*
- XIII. *Solicitar el apoyo de otras dependencias, órganos o entidades de la Administración Pública de la Ciudad y Alcaldías para el ejercicio de sus atribuciones;*

- XIV. *Determinar los corredores publicitarios. Para tal efecto, solicitará opinión al Congreso, a través de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana, la cual tendrá un plazo de veinte días hábiles para emitirla.*
 - XV. *Determinar la distribución de los espacios respectivos para la instalación de los medios publicitarios en los corredores publicitarios;*
 - XVI. *Emitir opinión técnica respecto a la colocación de medios publicitarios ubicados en Áreas de Conservación Patrimonial catalogadas por la Secretaría;*
 - XVII. *Presentar las denuncias correspondientes cuando tenga conocimiento de hechos que puedan constituir algún delito en materia de publicidad exterior, así como ejercer las acciones civiles por posibles daños al erario o bienes públicos en contra de las personas responsables de la instalación de medios publicitarios sin contar con la Licencia, Permiso o Autorización que corresponda;*
 - XVIII. *Autorizar la inscripción de los interesados en el Registro de Publicistas, previa solicitud de éstos y en cumplimiento con lo dispuesto en esta Ley, su Reglamento y demás disposiciones aplicables;*
 - XIX. *Suspender o revocar el registro de publicistas en los casos que se acrediten irregularidades graves, se generen daños o se cometa alguna infracción en esta materia, y*
 - XX. *Las demás que se le atribuyan en esta Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables."*
5. Que las Alcaldías de la Ciudad de México, de conformidad con el artículo 8 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, tienen las siguientes atribuciones:

"Artículo 8. Son atribuciones de las Alcaldías:

- I. *Establecer, coordinar, ejecutar y evaluar las políticas, estrategias y acciones para la instalación, permanencia y retiro de los medios publicitarios colocados en vías secundarias dentro de su territorio;*



II LEGISLATURA

CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
DIPUTADA MARÍA DE LOURDES GONZÁLEZ HERNÁNDEZ



- II. *Conservar en forma ordenada y sistematizada toda la documentación que genere con motivo del ejercicio de las atribuciones que le confiere esta Ley y su Reglamento, de conformidad con lo establecido en la ley de la materia;*
- III. *Generar un expediente electrónico de los publicistas asociados con lo relativo a los medios publicitarios de su competencia, en los términos de la Ley de Ciudadanía Digital de la Ciudad de México;*
- IV. *Otorgar las Autorizaciones para la instalación de anuncios, a través de los cuales se difunden mensajes de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares, así como los de tipo denominativo, tapiales y carteleras de muro ciegos en planta baja, ubicados en vialidades secundarias, siempre y cuando no se encuentren en corredores publicitarios, en Áreas de Conservación Patrimonial, en Áreas de Valor Ambiental, Áreas Naturales Protegidas o en Suelo de Conservación, conforme a lo dispuesto en esta Ley, su Reglamento y demás normativa aplicable;*
- V. *Revocar las Autorizaciones para la instalación de anuncios materia de su competencia;*
- VI. *Requerir al publicista el retiro de anuncios por contravenir lo dispuesto en la presente Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables. Dicho retiro será a costa de las personas responsables solidarias;*
- VII. *Informar al Instituto y a la SGIRPC de la emisión y revocación de las Autorizaciones de su competencia, así como de las resoluciones judiciales o administrativas que establezcan derechos respecto de anuncios o las dejen sin efectos;*
- VIII. *Ordenar a la persona titular de una Autorización emitida en el ámbito de su competencia la ejecución de los trabajos de conservación y mantenimiento de los anuncios instalados que sean necesarios para garantizar la seguridad de las personas y sus bienes, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley, su Reglamento y la normativa en materia de construcciones;*
- IX. *Mantener actualizada la Plataforma con el registro de las Autorizaciones que emitan, incluyendo los datos de ubicación de los anuncios;*

- X. *Solicitar a las dependencias y autoridades competentes el retiro de los materiales relacionados con anuncios abandonados;*
- XI. *Retirar directamente todos los anuncios considerados abandonados que se encuentren en vías secundarias;*
- XII. *Ordenar visitas de verificación administrativa a fin de vigilar el cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley respecto anuncios e imponer las medidas cautelares y de seguridad, así como las sanciones procedentes en el ámbito de su competencia y ejecutarlas a través del personal especializado en funciones de verificación debidamente acreditado. Lo anterior, conforme al procedimiento establecido en la Ley de Procedimiento Administrativo, la Ley del Instituto de Verificación Administrativa, el Reglamento de Verificación Administrativa, todos vigentes en la Ciudad de México y demás disposiciones jurídicas aplicables;*
- XIII. *Emitir, a través de su Unidad de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil, las opiniones técnicas de indicadores de riesgo en esta materia, que le soliciten las autoridades competentes en la materia, las personas titulares de las autorizaciones de anuncios, así como en aquellos casos en los que se detecte una situación de riesgo, a fin de que se realicen las acciones correspondientes conforme a sus competencias, y*
- XIV. *Las personas titulares de las Alcaldías responderán por las autorizaciones emitidas y serán responsables de todas aquellas que hayan sido emitidas en contravención a esta Ley."*
6. Que el artículo 14 y 15 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, señala los tipos de instalación permitidos y prohibidos para los medios publicitarios, respectivamente.
7. Que el artículo 28 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, señala que, para la instalación de los medios publicitarios se requerirá de una Licencia, Permiso, Permiso Administrativo Temporal Revocable o Autorización.

8. Que los artículos 48, 49 y 54 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México establecen las causas por el que se extinguen y revocan las licencias, así como la extinción de permisos, respectivamente.
9. Que acuerdo al artículo 51 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, las Alcaldías *“podrán otorgar autorizaciones para la instalación de anuncios a través del cual se difunden mensajes de información de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares, así como los de tipo denominativo, tapiales y carteleras de muro ciegos en planta baja, ubicados en vialidades secundarias, siempre que no se encuentren en corredores publicitarios, en Áreas de Conservación Patrimonial, en Áreas de Valor Ambiental, Áreas Naturales Protegidas o en Suelo de Conservación.”*
10. Que el artículo 57 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México indica que la Plataforma Digital de Publicidad Exterior *“es la herramienta tecnológica que permitirá contar con una base de datos que proporcione la información relativa a las Licencias, Permisos y Autorizaciones que se emitan en materia de publicidad exterior”*.
11. Que el artículo 8 del Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México señala:

“Artículo 8. El contenido que se difunda a través de la publicidad exterior, en el marco de la libertad de expresión y el derecho a la información, deberá respetar los siguientes valores universales:

- I. *Los derechos humanos;*
- II. *La democracia y los derechos sociales;*
- III. *El desarrollo armónico de la niñez;*
- IV. *El desarrollo sostenible y el cuidado del medio ambiente;*
- V. *La igualdad sustantiva, la equidad de género, la no discriminación;*
y
- VI. *La paz y la no violencia.”*

Por lo expuesto, someto a consideración de este Congreso de la Ciudad de México, de urgente y obvia resolución la siguiente Proposición con:

PUNTO DE ACUERDO

PRIMERO. - El Congreso de la Ciudad de México, exhorta respetuosamente a la persona titular de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, y a las y los titulares de las Alcaldías para que, en apego a sus atribuciones previstas en los artículos 7 y 8, respectivamente, de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, actualicen los datos de la empresa Grupo Rentable y otras empresas del sector en la Plataforma Digital de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, y, en su caso, suspendan o revoquen sus registros así como las licencias, permisos y autorizaciones para la instalación de anuncios si se acreditan irregularidades graves o daños a la seguridad de las personas, inmuebles o áreas protegidas.

Y, que no permita la nueva instalación o cambio de ubicaciones de los espacios publicitarios prohibidos, a Publicidad Rentable S.A. de C.V., Servicios Inmobiliarios REN, Máxima Vallas y Unipolares, y Publiwall S.A. de C.V., parte de la empresa Grupo Rentable, de conformidad con los artículos transitorios de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, hasta en tanto no se emita el Reglamento correspondiente y se aclaren las condiciones bajo las cuales les será permitido.

SEGUNDO. - Asimismo, para que el Instituto de Verificación Administrativa de la Ciudad de México en coordinación con las Alcaldías, practique las visitas de verificación administrativa e impongan las medidas cautelares, de seguridad y, en su caso, las sanciones procedentes a los espectaculares y



II LEGISLATURA

CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
DIPUTADA MARÍA DE LOURDES GONZÁLEZ HERNÁNDEZ



vayas prohibidas e irregulares, que no cuenten con licencia, permiso o autorización, de conformidad con las fracciones I y II del artículo 9 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México.

TERCERO. - Finalmente, para que la Dirección General de Patrimonio Inmobiliario de la Secretaría de Administración y Finanzas, remita a esta instancia legislativa los Permisos Adiministrativos Temporales Revocables autorizados a las empresas Publicidad Rentable S.A. de C.V., Servicios Inmobiliarios REN, Máxima Vallas y Unipolares, y Publiwall S.A. de C.V., parte de la empresa Grupo Rentable.

Congreso de la Ciudad de México, a los treinta días del mes de mayo del año dos mil veintitrés, firmando la suscrita Diputada María de Lourdes González Hernández, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional.

ATENTAMENTE

DIPUTADA MARÍA DE LOURDES GONZÁLEZ HERNÁNDEZ