

Al margen un sello con un logo que dice H. Ayuntamiento 2024-2027. Tlaxcala de Xicohtécatl. Secretaría del Ayuntamiento.

ALFONSO SÁNCHEZ GARCÍA, Presidente Municipal Constitucional de Tlaxcala, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 115, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 90 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala; así como 33, fracción I, 41, fracción III, 49 y 50 de la Ley Municipal del Estado de Tlaxcala, y en ejercicio de las facultades que dichos ordenamientos me confieren, expido el presente Reglamento, con el objeto de dotar al H. Ayuntamiento de Tlaxcala de un instrumento jurídico que establezca y regule los anuncios y espectaculares del Municipio, para quedar en los siguientes términos:

REGLAMENTO DE ANUNCIOS Y ESPECTACULARES DEL MUNICIPIO DE TLAXCALA

CAPÍTULO PRIMERO DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1.- Las disposiciones de este Reglamento son de orden público e interés social y de observancia general en todo el territorio del Municipio de Tlaxcala. Tienen por objeto regular la ubicación, instalación, conservación, modificación, y retiro de anuncios visibles desde la vía pública, así como aquellos que, sin estar en ella, impacten el paisaje urbano, la seguridad de las personas o el medio ambiente.

ARTÍCULO 2.- Para efectos de este Reglamento, se entenderá por:

- I. Anuncio:** Todo medio de información, propaganda o publicidad que, mediante palabras, imágenes, sonidos o luces, se utilice para difundir mensajes de carácter comercial, industrial, de servicios, profesional, social, cultural o político.

- II. Vía Pública:** Todo espacio de uso común destinado al libre tránsito, así como los inmuebles que de hecho o por disposición legal se utilicen para este fin.

- III. Anuncio Luminoso o Electrónico:** Aquel que utiliza energía eléctrica, gas neón, tecnología LED, pantallas digitales o cualquier sistema de iluminación interna o externa para su visibilidad.

- IV. Contaminación Visual:** La alteración de la imagen y fisonomía del paisaje urbano o natural, causada por el abuso de elementos publicitarios que excedan la capacidad de absorción estética del entorno.

- V. Autoridad Municipal:** Los órganos facultados en el Artículo 3 de este ordenamiento.

ARTÍCULO 3.- Son autoridades facultadas para la aplicación, vigilancia y ejecución de este Reglamento:

- I.** El Presidente Municipal;
- II.** La persona titular de la Dirección de Seguridad, Protección Ciudadana y Movilidad;
- III.** La persona titular del Departamento de Gobierno Abierto;
- IV.** La Coordinación de Protección Civil;
- V.** La Tesorería Municipal.

ARTÍCULO 4.- La publicidad relativa a alimentos, bebidas alcohólicas, tabaco y medicamentos se ajustará estrictamente a lo dispuesto en la Ley General de Salud, las Leyes Estatales y sus reglamentos federales. El Municipio no otorgará permisos si no se acredita previamente el cumplimiento de las normas sanitarias correspondientes.

ARTÍCULO 5.- Del uso del lenguaje y símbolos nacionales:

- I. El texto de los anuncios deberá redactarse preferentemente en idioma español, con estricto apego a las normas de ortografía y sintaxis. Se prohíbe el uso de apóstrofes en palabras de origen español.
- II. Se permite el uso de idiomas extranjeros solo para nombres propios, marcas o patentes registradas ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.
- III. En anuncios con texto informativo adicional en lengua extranjera, deberá aparecer la traducción al español con el mismo tamaño y visibilidad.
- IV. Queda estrictamente prohibido el uso del Escudo, Himno y Bandera Nacional, así como de los símbolos estatales y municipales para fines de publicidad comercial, de acuerdo con la Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales.

ARTÍCULO 6.- DE LAS PROHIBICIONES POR UBICACIÓN. Queda estrictamente prohibida la fijación o colocación de anuncios en:

- I. Pavimentos de calles, avenidas, camellones, glorietas y banquetas que obstruyan el tránsito.
- II. Edificios públicos, monumentos históricos y su contorno arquitectónico.
- III. Árboles, postes de servicios públicos, semáforos y columnas.
- IV. Zonas de reserva ecológica o belleza natural donde se altere el paisaje.

ARTÍCULO 7.- DE LAS PROHIBICIONES POR SEGURIDAD VIAL. No se autorizarán anuncios que pongan en peligro la integridad física de las personas o bienes. Se prohíben aquellos que:

- I. Tengan semejanza con señalamientos de tránsito (formas, colores o símbolos) que puedan confundir a los conductores.
- II. Utilicen superficies reflectoras, luces intermitentes intensas o destellos que deslumbren a los usuarios de la vía pública.
- III. Obstruyan la visibilidad de placas de nomenclatura, señales viales o el ángulo de visión en intersecciones.
- IV. Utilicen ilegalmente el Escudo, Himno y Bandera Nacional, o los logotipos institucionales del Ayuntamiento.

ARTÍCULO 8.- DE LAS PROHIBICIONES POR CONTENIDO Y MORALIDAD.

Quedan prohibidos anuncios que contengan expresiones o imágenes discriminatorias, violentas, sexualmente explícitas en espacios no autorizados, apología del delito o mensajes que vulneren derechos de niñas, niños, adolescentes o grupos de atención prioritaria.

ARTÍCULO 9.- DE LA PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE Y IMAGEN URBANA.

La distribución de publicidad impresa en vía pública deberá sujetarse a autorización municipal, condiciones de limpieza, horarios, zonas permitidas y responsabilidad de recolección de residuos, salvo los casos protegidos por la legislación electoral o derechos de expresión y asociación.

ARTÍCULO 10.- Los propietarios de anuncios cuya estructura represente un riesgo potencial, anuncios de gran formato o elevados, deberán presentar, para la obtención de su licencia, un dictamen estructural avalado por Protección Civil y una póliza de seguro de responsabilidad civil por daños a terceros.

**CAPÍTULO SEGUNDO
DE LA CLASIFICACIÓN DE LOS
ANUNCIOS**

ARTÍCULO 11.- Los anuncios se clasifican, por el lugar de su ubicación y su estructura, en:

- I. De fachada y paramentos: Pintados, adosados o integrados en muros, paredes, bardas, tapiales, vidrieras y cortinas metálicas.
- II. En voladizo: Marquesinas, toldos, banderolas y anuncios colgantes.
- III. De piso (Autosoportados): Instalados en predios no edificados o espacios libres, mediante estructuras ancladas al suelo.
- IV. Espectaculares: Anuncios de gran formato sostenidos por estructuras metálicas de gran altura, integradas al piso o a la estructura del inmueble.
- V. De azotea: Los que se desplantan sobre el plano horizontal superior de las edificaciones.
- VI. En Mobiliario Urbano: Los instalados en paraderos de transporte público, puestos fijos/semifijos, casetas y columnas informativas autorizadas.
- VII. En Vehículos: Pintados, rotulados o adosados en el exterior o interior de transporte público o privado.
- VIII. Digitales o Electrónicos: Pantallas LED, proyecciones láser o cualquier medio que utilice tecnología digital para emitir mensajes dinámicos.

ARTÍCULO 12.- Atendiendo a su duración, los anuncios se clasifican en:

A. TRANSITORIOS (Hasta 90 días):

- I. Propaganda impresa como folletos y muestras, autorizada exclusivamente para entrega en puntos específicos, no en vía pública de forma masiva.
- II. Anuncios de liquidaciones, subastas o eventos temporales.

III. Los colocados en tapiales y andamios durante el tiempo que dure la licencia de construcción.

IV. Propaganda de espectáculos, festividades cívicas, religiosas o populares.

V. Anuncios de campañas políticas, los cuales se registrarán por este reglamento y las leyes electorales vigentes.

B. PERMANENTES (Más de 90 días):

I. Todos aquellos que por su naturaleza estructural, cimentación o fin comercial requieran una instalación fija.

II. Placas denominativas de profesiones o servicios.

III. Estructuras de gran formato y publicidad en transporte público.

ARTÍCULO 13.- Por sus fines, los anuncios se clasifican en:

I. Denominativos: Los que solo contienen el nombre, logotipo o razón social para identificar un establecimiento en el lugar donde este se ubica.

II. Publicitarios: Los que promueven marcas, productos, servicios o eventos para incentivar su consumo, aunque el establecimiento no esté en ese sitio.

III. Identificativos: Elementos que sirven como referencia urbana para parajes naturales, comunidades o instituciones.

IV. Mixtos: Los que combinan elementos denominativos y de publicidad.

V. De carácter cívico, político o social.

ARTÍCULO 14.- Se consideran parte integral de un anuncio, y por tanto sujetos a revisión técnica, los siguientes elementos:

I. Cimentación, base o elementos de sustentación.

- II. Estructura de soporte y herrajes.
- III. Caja, gabinete, carátula o pantalla electrónica.
- IV. Instalaciones eléctricas, mecánicas, hidráulicas o de gas neón.
- V. Elementos de iluminación y sistemas de control de intensidad lumínica.

ARTÍCULO 15.- Los anuncios, según su forma de instalación, podrán ser:

- I. Adosados: Fijos a fachadas o muros sin sobresalir del límite permitido.
- II. Colgantes o en bandera: Cuya carátula se proyecta de forma perpendicular a la fachada.
- III. Autosoportantes: Anclados al piso sin contacto con edificaciones.
- IV. Integrados: Aquellos que forman parte de la arquitectura (alto/bajo relieve, calados o escultura).
- V. Pintados o Rotulados: Aplicados directamente sobre superficies mediante pintura o vinil.

**CAPÍTULO TERCERO
DE LA ZONIFICACIÓN**

ARTÍCULO 16.- El Ayuntamiento establecerá la zonificación del territorio municipal para determinar las características materiales, dimensiones y estilos de los anuncios permitidos en cada sector. Esta clasificación tiene como prioridad la preservación de la imagen urbana, la protección del patrimonio histórico y el ordenamiento del paisaje.

ARTÍCULO 17.- Para el cumplimiento de este reglamento, el municipio se divide en las siguientes zonas:

- I. Zona de Monumentos Históricos y Centro Histórico: Comprende el

perímetro protegido por declaratorias federales o locales y las áreas típicas de la Ciudad de Tlaxcala de Xicohtécatl. En esta zona predominarán los anuncios denominativos con materiales tradicionales que armonicen con la arquitectura colonial y decimonónica.

- II. Zonas Cívicas e Institucionales: Espacios destinados a edificios gubernamentales, plazas públicas y centros de servicios oficiales donde la publicidad deberá ser estrictamente informativa o de carácter cívico.
- III. Zona Comercial y de Servicios: Áreas que albergan establecimientos comerciales, oficinas, hoteles, talleres, clínicas y centros comerciales. En este sector se permite una mayor diversidad de formatos, incluyendo anuncios publicitarios y mixtos, siempre que no saturen el entorno.
- IV. Zonas Habitacionales y Residenciales: Comprende los desarrollos de vivienda unifamiliar y multifamiliar. En estas áreas la publicidad se limitará a anuncios denominativos de pequeña escala para negocios de barrio y servicios profesionales.
- V. Zona Industrial: Sectores destinados a fábricas, bodegas y centros de logística donde se autorizan anuncios de gran formato y espectaculares, respetando las distancias de seguridad respecto a las vías generales de comunicación.
- VI. Zona de Conservación, Parques, Jardines y Áreas Verdes: Espacios naturales, bosques y reservas donde queda prohibida la publicidad comercial para evitar el impacto ambiental y visual.
- VII. Zonas Rurales y de Transición: Áreas ubicadas en las periferias o comunidades donde se regulará la publicidad para que no obstruya los

paisajes naturales ni los accesos carreteros.

ARTÍCULO 18.- La persona titular del departamento de Gobierno Abierto o la autoridad competente podrá realizar estudios técnicos para modificar la clasificación de las zonas cuando el crecimiento de la ciudad o los planes de desarrollo urbano así lo requieran. Dicha actualización deberá ser debidamente fundada y motivada para garantizar la seguridad jurídica de los particulares.

ARTÍCULO 19.- Cuando se realice una modificación en la zonificación que afecte anuncios previamente instalados con licencia vigente, la autoridad notificará formalmente a los propietarios. Los interesados contarán con un plazo de sesenta días naturales para retirar o adecuar sus estructuras a las nuevas disposiciones de la zona. Si al concluir este plazo el propietario es omiso, la autoridad municipal procederá al retiro del anuncio con cargo al infractor, quien deberá cubrir además los costos de almacenamiento y las multas derivadas del incumplimiento.

ARTÍCULO 20.- En aquellos predios o sitios que no se encuentren claramente definidos dentro de la zonificación establecida, el interesado deberá solicitar un dictamen de factibilidad a la autoridad municipal. La resolución se emitirá considerando las disposiciones generales de este reglamento y procurando siempre el beneficio del interés público sobre el particular.

CAPÍTULO CUARTO DE LAS LICENCIAS Y PERMISOS

ARTÍCULO 21.- Para la emisión, fijación, instalación o uso de cualquier medio de publicidad regulado en este ordenamiento, es indispensable obtener previamente la licencia o permiso de la autoridad municipal competente. La autoridad deberá resolver sobre la procedencia de la solicitud en un plazo máximo de diez días hábiles contados a partir de su recepción. El silencio administrativo no implica la autorización del anuncio.

Si la solicitud no reúne requisitos, la autoridad deberá prevenir al solicitante por una sola ocasión para que subsane las omisiones dentro del plazo que se le otorgue. El plazo para resolver se suspenderá hasta que se atienda la prevención.

ARTÍCULO 22.- Tienen capacidad legal para solicitar y obtener las licencias o permisos:

- I.** Personas físicas o morales: Que deseen anunciar un establecimiento comercial, industrial o de servicios de su propiedad, así como sus productos o actividades.
- II.** Agencias de publicidad: Aquellas personas físicas o sociedades mexicanas debidamente constituidas cuyo objeto social sea la prestación de servicios publicitarios, siempre que acrediten su registro actualizado ante las autoridades fiscales y comerciales correspondientes.

ARTÍCULO 23.- La solicitud de licencia para anuncios permanentes debe presentarse por escrito y contener los siguientes requisitos técnicos y legales:

- I.** Datos de identificación: Nombre, domicilio y Registro Federal de Contribuyentes del solicitante. En caso de personas morales, se debe adjuntar el acta constitutiva y el documento que acredite la personalidad jurídica del representante legal.
- II.** Proyecto gráfico: Fotografía o dibujo a color que muestre el diseño del anuncio, incluyendo sus dimensiones, textos, colores y tipos de iluminación. Se debe integrar un fotomontaje o perspectiva que muestre cómo lucirá el anuncio ya instalado en la fachada o sitio propuesto.
- III.** Memoria técnica: Descripción detallada de los materiales de fabricación y, en caso de anuncios que requieran estructuras, se deben adjuntar los cálculos estructurales que garanticen la estabilidad y seguridad del anuncio y de

la edificación que lo sustenta, avalados por un perito en la materia.

- IV. Ubicación exacta: Calle, número y cuenta catastral del inmueble, especificando la zona conforme a la clasificación de este reglamento.
- V. Autorizaciones concurrentes: En caso de anuncios en zonas de monumentos, se debe acompañar el permiso emitido por el Instituto Nacional de Antropología e Historia o la autoridad federal competente.

ARTÍCULO 24.- Las licencias para anuncios permanentes tendrán una vigencia de un año fiscal y podrán ser renovadas anualmente durante los primeros treinta días de cada año, previo pago de los derechos correspondientes. La autoridad municipal realizará inspecciones periódicas para verificar que las condiciones de seguridad y estética originales se mantengan.

ARTÍCULO 25.- Se otorgarán permisos para anuncios transitorios por un periodo máximo de noventa días naturales. Estos permisos están diseñados para campañas temporales, ofertas de temporada o eventos específicos y deberán contener los requisitos simplificados que determine la autoridad municipal en sus formatos oficiales.

ARTÍCULO 26.- El otorgamiento de cualquier licencia o permiso está condicionado al pago previo de los derechos establecidos en la Ley de Ingresos Municipal vigente. No se consideran autorizados los anuncios que, teniendo el documento de licencia, no cuenten con el comprobante de pago respectivo.

ARTÍCULO 27.- Quedan exentos del pago de derechos, mas no de la obligación de obtener la autorización municipal para asegurar su correcta ubicación y seguridad, los siguientes casos:

- I. Instituciones editoriales: Periódicos fijados en tableros sobre los edificios que ocupen sus propias casas editoras.
- II. Espectáculos públicos: Programas o carteleras adosados a los edificios

donde se presente el evento, siempre que no excedan los dos metros cuadrados de superficie.

- III. Cultos religiosos: Anuncios instalados en las puertas de los templos o lugares diseñados para este fin.
- IV. Eventos oficiales y cívicos: Adornos navideños, conmemoraciones patrias y publicidad de programas gubernamentales sin fines comerciales.
- V. Propaganda política: La cual se sujetará a los tiempos y espacios determinados por la legislación electoral.
- VI. Instituciones sin fines de lucro: Anuncios de eventos culturales, educativos o de asistencia social organizados por asociaciones civiles debidamente registradas.

ARTÍCULO 28.- Al expirar el plazo de una licencia o permiso sin que se haya gestionado su renovación o prórroga, el titular está obligado a retirar el anuncio y sus estructuras de soporte en un plazo no mayor a diez días naturales. Si el titular no realiza el retiro, la autoridad municipal procederá a hacerlo con cargo al infractor, quien deberá cubrir los gastos de ejecución y las multas acumuladas.

ARTÍCULO 29.- Es obligación de todo titular de una licencia mantener el anuncio en perfectas condiciones de limpieza, seguridad y estabilidad. Asimismo, deberá colocar en un ángulo visible del anuncio el número de licencia otorgado por el municipio para facilitar las labores de inspección.

CAPÍTULO QUINTO DE LAS CONDICIONES Y ELEMENTOS PARA EL DISEÑO

ARTÍCULO 30.- El diseño de los anuncios debe priorizar la legibilidad, la estética urbana y la seguridad. Para anuncios denominativos, se recomienda un mensaje sintético que no exceda de diez palabras para facilitar su lectura sin distraer el tránsito. En casos de nombres institucionales o razones sociales extensas, la

autoridad podrá autorizar textos más largos siempre que se mantengan dentro de un solo cuerpo de anuncio y utilicen una tipografía uniforme.

ARTÍCULO 31.- Los anuncios instalados en fachadas, paredes o tapias deben respetar la integridad arquitectónica del inmueble bajo los siguientes criterios:

- I. Integración Arquitectónica: No podrán obstruir puertas, ventanas, balcones, molduras, cerramientos ni cualquier elemento ornamental que defina el estilo del edificio.
- II. Proporción de Superficie: En zonas comerciales e industriales, el anuncio podrá ocupar hasta el 35% del área libre de la fachada. En zonas residenciales, cívicas o rurales, el límite será del 25%.
- III. Altura de Colocación: Ningún anuncio adosado podrá rebasar el nivel del repisón de la ventana del primer piso alto, salvo en edificios destinados exclusivamente a espectáculos como cines o teatros.
- IV. Anuncios en Saliente: Las banderas o anuncios colgantes deberán guardar un ángulo de 90 grados respecto a la fachada y no podrán sobresalir más de 1.50 metros o tres cuartas partes del ancho de la banqueta.

ARTÍCULO 32.- El diseño de la iluminación se sujetará a las siguientes modalidades para evitar la contaminación lumínica y riesgos viales:

- I. Iluminación Indirecta: Es la preferente para todas las zonas. La fuente de luz debe quedar oculta a la vista del público para evitar deslumbramientos.
- II. Iluminación Interna: Permitida en zonas comerciales mediante gabinetes translúcidos con intensidad regulada.
- III. Prohibición de Gas Neón y Luz Negra: Queda prohibido el uso de tubos de gas neón y luz negra en fachadas o

interiores que sean visibles desde la vía pública, con el fin de preservar la sobriedad del paisaje urbano.

- IV. Reflectores: El uso de reflectores externos se permite siempre que su haz de luz no invada propiedades colindantes ni afecte la visión de conductores y peatones.

ARTÍCULO 33.- Protección del Patrimonio Mundial y Zonas Históricas:

En cumplimiento a la declaratoria de la UNESCO del Conjunto Conventual Franciscano y Catedralicio de Nuestra Señora de la Asunción como Patrimonio de la Humanidad, y al Decreto de Zona de Monumentos Históricos de la Ciudad de Tlaxcala, todo anuncio en estas áreas deberá:

- I. Ajustarse estrictamente a los lineamientos del Oficio Circular INAH-01 y contar con la validación del Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- II. Utilizar materiales aprobados como madera, hierro forjado, piedra o latón, con acabados mate que no compitan con los valores universales del sitio.
- III. Prohibir el uso de colores fluorescentes, plásticos brillantes o pantallas electrónicas en el primer cuadro de la ciudad.

ARTÍCULO 34.- En ventanas y puertas de cristal de planta baja, se permitirá únicamente la colocación de logotipos y razones sociales en vinil o material similar, siempre que no cubran más del 10% de la superficie del cristal para no afectar la transparencia e iluminación natural. Se prohíbe cualquier tipo de publicidad en las ventanas de niveles superiores.

ARTÍCULO 35.- Los anuncios en vehículos se rotularán de forma que no obstruyan la visibilidad de las placas de circulación, luces de frenado o el campo visual del conductor, sujetándose además a lo dispuesto por el Reglamento de Seguridad Vial Municipal.

ARTÍCULO 36.- En estaciones, paraderos de transporte y terminales, solo se permitirá publicidad relacionada con el servicio público, mapas de ruta o información de interés comunitario, debiendo estar claramente diferenciada de la señalética de orientación para evitar confusiones al usuario.

ARTÍCULO 37.- Los anuncios en puestos fijos o casetas autorizadas en la vía pública deberán limitarse a los productos que en ellos se expenden. El área publicitaria no podrá exceder el 20% de la superficie total exterior de la estructura.

ARTÍCULO 38.- Queda estrictamente prohibida la proyección de anuncios mediante láser, aparatos cinematográficos o electrónicos sobre muros, edificios o pantallas que sean visibles desde la vía pública, así como los anuncios con elementos móviles o mensajes escritos dinámicos (noticieros LED) en vialidades de flujo continuo, por representar una distracción crítica para la conducción.

CAPÍTULO SEXTO DE LA NULIDAD Y REVOCACIÓN DE PERMISOS Y LICENCIAS

ARTÍCULO 39.- Son nulos de pleno derecho y no surtirán efecto jurídico alguno los permisos o licencias otorgados por la persona titular del departamento de Gobierno Abierto cuando los datos, documentos o informes proporcionados por el solicitante resulten falsos y con base en ellos se hubiera expedido el acto administrativo. La nulidad será declarada en cuanto la autoridad tenga conocimiento de la falsedad, sin perjuicio de las responsabilidades legales que correspondan al particular.

La nulidad deberá declararse mediante resolución administrativa fundada y motivada, previa substanciación del procedimiento correspondiente, garantizando el derecho de audiencia, sin perjuicio de las responsabilidades legales que procedan.

ARTÍCULO 40.- Las licencias o permisos se revocarán por parte de la persona titular del departamento de Gobierno Abierto en los siguientes casos:

- I.** Por nulidad: En el supuesto establecido en el artículo anterior o cuando se determine que el permiso fue otorgado por error manifiesto.
- II.** Por falta de mantenimiento: Cuando habiéndose ordenado al titular del permiso o licencia efectuar trabajos de conservación, limpieza y mantenimiento del anuncio, de sus estructuras o de sus instalaciones, este no los efectúe dentro del plazo perentorio que se le haya señalado.
- III.** Por ubicación prohibida: En el caso de que después de otorgada la licencia o permiso se compruebe que el anuncio está colocado en una zona donde no se autoriza la fijación o colocación de anuncios, o que el anuncio no es de los permitidos para ese sector.
- IV.** Por incumplimiento de diseño: Cuando el titular no respetare el diseño, dimensiones, colores o textos aprobados originalmente, o si el anuncio se fija en un sitio distinto al autorizado en la licencia.
- V.** Por remodelación urbana: Cuando por razones de proyectos aprobados de remodelación urbana, rescate de espacios públicos o mejora de la imagen de la ciudad, ya no se permitan anuncios de esa clase en la zona donde se encuentran instalados.
- VI.** Por interés público: Cuando la autoridad municipal lo solicite por razones de seguridad, beneficio colectivo o protección civil, debidamente fundadas y motivadas por la persona titular del departamento de Gobierno Abierto.

ARTÍCULO 41.- La revocación será dictada formalmente por la persona titular del departamento de Gobierno Abierto y deberá ser notificada de manera personal al titular de la licencia o permiso de que se trate, o a su representante legal debidamente acreditado.

Cuando por causas de interés público, seguridad, protección civil, remodelación urbana o rescate de espacios públicos resulte necesario retirar o modificar anuncios con licencia vigente, la autoridad deberá emitir resolución fundada y motivada, otorgando garantía de audiencia y un plazo razonable para el cumplimiento voluntario, salvo riesgo inminente.

ARTÍCULO 42.- En la resolución administrativa que declare la revocación o nulidad de una licencia o permiso, se ordenará de forma obligatoria el retiro del anuncio y de todos sus elementos de sustentación, señalando al interesado un plazo máximo de diez días hábiles para que proceda a hacerlo por su cuenta y riesgo.

ARTÍCULO 43.- El departamento de Gobierno Abierto, implementará una vigilancia constante y visitas de inspección de manera permanente respecto a los anuncios para verificar que se ajusten a los permisos correspondientes y cumplan cabalmente con las disposiciones de este Reglamento.

ARTÍCULO 44.- Para garantizar el cumplimiento de sus determinaciones, la persona titular del departamento de Gobierno Abierto podrá turnar el caso a la Dirección de Seguridad, Protección Ciudadana y Movilidad para ejercer el cumplimiento forzoso, sujetándose estrictamente a lo que previenen los artículos 16 y 21 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

ARTÍCULO 45.- Contra la resolución de la persona titular del departamento de Gobierno Abierto que decrete la revocación o nulidad de una licencia o permiso, procederá procederán los medios de defensa previstos en la Ley del Procedimiento Administrativo del Estado de Tlaxcala y sus Municipios, la Ley Municipal y demás disposiciones aplicables, según la naturaleza del acto.

ARTÍCULO 46.- El recurso se interpondrá por escrito por el interesado dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha en que le haya sido notificada la resolución de revocación. Al escrito deberán acompañarse los documentos y demás

pruebas que el interesado estime pertinentes para su defensa y los alegatos que convengan a sus intereses.

ARTÍCULO 47.- El Ayuntamiento, a través del departamento de Gobierno Abierto, dictará resolución dentro de los quince días hábiles siguientes, confirmando, modificando o dejando sin efecto la resolución de revocación, lo cual se notificará en forma personal al recurrente.

CAPÍTULO SEPTIMO DE LAS SANCIONES Y RECURSOS

ARTÍCULO 48.- El Juez Municipal será la autoridad encargada de imponer las sanciones correspondientes al presente Reglamento.

ARTÍCULO 49.- Los responsables de la colocación, los contratistas y los propietarios de los anuncios serán solidariamente responsables cuando por la ejecución de los trabajos de instalación, conservación, modificación, reparación o retiro de anuncios, se causen daños a personas o bienes de propiedad federal, estatal, municipal o de particulares.

ARTÍCULO 50.- Para la imposición de las sanciones, la Autoridad Municipal tomará en cuenta la gravedad de la infracción, las condiciones económicas del infractor, la reincidencia y el peligro que se cause a terceros o al patrimonio urbano.

ARTÍCULO 51.- Se aplicará multa de 30 UMAS (Unidades de Medida y Actualización), a los propietarios de anuncios cuando incurran en cualquiera de las siguientes infracciones:

- I. Por no cumplir con las prevenciones relativas al uso y conservación de los anuncios en lo que se refiere a condiciones de seguridad, estabilidad, higiene, moralidad e idioma.
- II. Por instalar, usar, ampliar, modificar o reparar un anuncio sin contar previamente con la licencia o permiso respectivos.

- III. Por violar las prohibiciones señaladas en este Reglamento.
- IV. Por usar un anuncio para fines distintos a los autorizados.

ARTÍCULO 52.- Se aplicará a los propietarios de los anuncios las sanciones que a continuación se determinan cuando incurran en las siguientes faltas:

- I. Cuando se haya instalado, modificado, ampliado o reparado un anuncio en forma sustancialmente distinta a la del proyecto aprobado: multa de 40 UMAS.
- II. Cuando en la ejecución de los trabajos no se tomen las medidas necesarias para proteger la vida y bienes de las personas: multa de 50 UMAS.
- III. Cuando en la solicitud de licencia o permiso se proporcionen datos e información falsa o bien documentos falsificados: multa de 100 UMAS, independientemente de la revocación del permiso y el retiro del anuncio.
- IV. Cuando impidan u obstaculicen, por cualquier medio, las funciones de inspección de la Autoridad que realicen en cumplimiento de este Reglamento: multa de 60 UMAS.

ARTÍCULO 53.- En caso de reincidencia, se sancionará a los responsables con el doble de la multa que se les hubiera impuesto originalmente. Para los efectos de este Reglamento, se considera que incurre en reincidencia la persona que cometa dos o más infracciones de la misma naturaleza durante el mismo ejercicio fiscal.

ARTÍCULO 54.- Las infracciones a este Reglamento no previstas en los artículos que anteceden, serán sancionadas con multas de 20 a 30 UMAS.

ARTÍCULO 55.- Independientemente de la sanción económica que corresponda, la Autoridad Municipal podrá proceder al retiro y desmantelamiento del anuncio, sus estructuras, instalaciones y equipo, a costa del infractor,

cuando representen un riesgo para la ciudadanía o carezcan de los permisos necesarios.

El retiro, desmantelamiento, traslado, resguardo o almacenamiento de anuncios se realizará previa resolución administrativa fundada y motivada, salvo riesgo inminente debidamente acreditado. Los gastos generados deberán determinarse mediante constancia o liquidación emitida por la autoridad competente, notificarse al interesado y cobrarse conforme a las disposiciones fiscales aplicables.

ARTÍCULO 56.- Contra las resoluciones dictadas con motivo de la aplicación del presente Reglamento procederán los medios de defensa previstos en la Ley del Procedimiento Administrativo del Estado de Tlaxcala y sus Municipios, la Ley Municipal y demás disposiciones aplicables, según la naturaleza del acto.

CAPÍTULO OCTAVO DEL PROCEDIMIENTO DE INSPECCIÓN Y VERIFICACIÓN

ARTÍCULO 57.- En materia de verificación e inspección de anuncios, el departamento de Gobierno abierto, tendrá las siguientes atribuciones:

- I. Practicar visitas de verificación administrativa en materia de anuncios de establecimientos comerciales y demás disposiciones legales que regulen el funcionamiento del Ayuntamiento.
- II. Emitir los lineamientos y criterios técnicos para el ejercicio de la actividad verificadora.
- III. Velar por el estricto cumplimiento de las leyes, reglamentos y decretos vinculados a la imagen urbana y publicidad exterior.
- IV. Abstenerse de ordenar visitas de verificación que no correspondan estrictamente a su competencia constitucional y legal.

ARTÍCULO 58.- Corresponde de manera exclusiva al Ayuntamiento, a través de sus áreas competentes, las siguientes facultades:

- I. Ordenar al personal de verificación la práctica de visitas de inspección en materia de anuncios.
- II. Calificar las actas de visitas de verificación practicadas conforme a la ley.
- III. Ordenar la ejecución de las medidas de seguridad y la aplicación de las sanciones derivadas de la calificación de dichas actas.

ARTÍCULO 59.- El procedimiento de visita de verificación para asegurar el cumplimiento de este Reglamento constará de las siguientes etapas:

- I. Emisión de la Orden de Visita de Verificación debidamente fundada y motivada.
- II. Práctica de la visita de verificación por personal autorizado.
- III. Determinación y ejecución, en su caso, de medidas cautelares y de seguridad inmediatas.
- IV. Calificación del acta de visita de verificación y emisión de la resolución correspondiente.
- V. Ejecución de la resolución administrativa.
- VI. Todo procedimiento de inspección se sujetará supletoriamente a lo establecido en el Reglamento de Verificación, Inspección y Notificación Administrativa del Ayuntamiento del Municipio de Tlaxcala.

ARTÍCULO 60.- Para la debida aplicación e interpretación de este capítulo, se observarán las siguientes competencias:

- I. Los asuntos referentes a anuncios de establecimientos comerciales y faltas administrativas serán resueltos por el Juzgado Municipal.
- II. Los asuntos referentes a estructuras, seguridad de obra, cálculo estructural y desarrollo urbano serán competencia directa de la Dirección de Obras Públicas y Desarrollo Urbano.

TRANSITORIOS

PRIMERO. Publíquese el presente Reglamento en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado.

SEGUNDO. El presente Reglamento entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Estado de Tlaxcala.

TERCERO. Los procedimientos administrativos que se encuentren en trámite al momento de la entrada en vigor del presente ordenamiento, se substanciarán y resolverán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su inicio, a menos que el interesado opte por la aplicación del presente Reglamento por resultarle más favorable.

CUARTO. Los propietarios de anuncios que cuenten con licencias o permisos vigentes otorgados con anterioridad, conservarán la validez de estos hasta el término de su vigencia original. Al vencimiento de dichos documentos, la revalidación o nueva expedición deberá ajustarse estrictamente a lo establecido en este Reglamento.

QUINTO. Se concede un plazo de 90 días naturales a partir de la entrada en vigor del presente Reglamento para que los propietarios de anuncios que carezcan de licencia o no cumplan con las especificaciones técnicas aquí previstas, acudan ante la autoridad municipal a regularizar su situación. Durante este periodo, la autoridad privilegiará la asesoría y regularización antes de la imposición de multas por falta de permiso.

SEXTO. El Ayuntamiento, a través de la Tesorería Municipal y la Dirección de Obras

Públicas y Desarrollo Urbano, contará con un plazo de 60 días hábiles para actualizar los formatos oficiales de solicitud y manuales de procedimientos derivados de este Reglamento.

SÉPTIMO. Sin perjuicio de lo anterior, la aplicación del presente Reglamento, así como los mecanismos, instancias y procedimientos necesarios para el cumplimiento del mismo, se realizará progresivamente, dando continuidad a los trabajos previamente realizados, siempre y cuando exista el presupuesto correspondiente, para lo cual la Tesorería Municipal deberá efectuar las previsiones presupuestales necesarias para su operación sin afectar a los intereses patrimoniales del Municipio de Tlaxcala.

OCTAVO. Se derogan todas las disposiciones del orden municipal que se opongan al presente Reglamento.

* * * * *

PUBLICACIONES OFICIALES

* * * * *

El Periódico Oficial del Estado de Tlaxcala es integrante activo de la Red de Publicaciones Oficiales Mexicanas (REPOMEX) y de la Red de Boletines Oficiales Americanos (REDBOA).

