

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

La que suscribe, Diputada **FRIDA JIMENA GUILLÉN ORTIZ**, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional en la II Legislatura del Congreso de la Ciudad de México, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 122, Apartado A, Fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29 apartado D, inciso a) y b); 30 numeral 1, inciso b) de la Constitución Política de la Ciudad de México; 1, 4 fracción XXI, 12 fracción II y 13 de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; y 1, 2 fracción XXI, 5 fracción I, 95 fracción II y 96 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, someto a su consideración la siguiente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA UNA FRACCIÓN AL ARTÍCULO 12 RECORRIENDO LAS SUBSECUENTES Y SE REFORMAN LOS ARTÍCULOS 15 Y 33 DE LA LEY PARA LA CELEBRACIÓN DE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO CON LA FINALIDAD DE APROVECHAR Y MAXIMIZAR LOS BENEFICIOS DEL TURISMO DEPORTIVO Y DE ENTRETENIMIENTO EN LA CIUDAD DE MÉXICO**, al tenor de la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.

Una de las características más importantes que tiene el turismo es su capacidad de adaptación, ya que es una de las pocas actividades que se pueden desarrollar en diversos ambientes y lugares por distintos que parezcan, motivo por el cual, cada vez existen más formas de practicar el turismo, teniendo a la fecha una amplia variedad de categorías y tipos que día a día evolucionan y se muestran flexibles ante el cambio según las necesidades y preferencias del mercado.

Así, dentro de las diferentes categorías turísticas se encuentra el turismo deportivo, el cual, de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo son aquellas actividades que atraen personas a un destino como participantes, espectadores o visitantes de un evento, acontecimiento o atracción deportiva.¹ Dicho en otras palabras, existe turismo deportivo cuando una persona se desplaza de un lugar a otro para practicar o presenciar algún deporte. De tal suerte, la naturaleza misma de esta actividad hace que este tipo de turismo sea importante por el número de personas que moviliza, sobre todo cuando se trata de

¹ "Turismo Deportivo", UNWTO Tourism Definitions, Organización Mundial del Turismo, consultado en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

eventos internacionales, lo cual representa una gran oportunidad para el destino anfitrión por la amplia derrama económica que genera en la zona.

No es baladí mencionar que el turismo y los deportes se relacionan y complementan entre sí. El deporte, ya sea vista como una actividad profesional, de afición o de entretenimiento implica una cantidad considerable de viajes a fin de presenciar, jugar y competir en diferentes destinos y países. Por ello, los grandes eventos deportivos, como los Juegos Olímpicos, el Mundial de Fútbol, entre otros campeonatos y competencias internacionales, se han transformado en importantes atracciones turísticas que contribuyen a mejorar la imagen del destino anfitrión.

De tal suerte, nuestro país poco a poco se ha ido consolidando como un destino favorable para practicar el turismo deportivo, dada la rica y amplia variedad de sitios y recursos naturales que posee, siendo la Ciudad de México uno de los mejores lugares para el desarrollo de esta actividad, ya que cuenta con la mayor infraestructura deportiva a nivel nacional. A su vez, de acuerdo con el Consejo Mexicano de Turismo Deportivo, entre el 78 y el 80% de las federaciones deportivas encuentran su sede en la Ciudad de México lo cual facilita su operación.

En suma, el turismo deportivo es uno de los sectores que crece más rápido, pues cada vez son más los turistas interesados en actividades deportivas durante sus viajes, ya sea que los deportes representen el principal objetivo del viaje, o bien, sean una actividad complementaria a la experiencia de visitar un lugar. Por tanto, los megaeventos deportivos como los Juegos Olímpicos y la Copa del Mundo pueden actuar como catalizadores del desarrollo turístico si se aprovechan adecuadamente en términos de creación de marca del destino, desarrollo de infraestructuras y otras ventajas económicas y sociales.²

Dicho esto, en 2022 se han llevado a cabo diversas acciones para fortalecer el turismo deportivo, la más importante fue la gestión para la organización de la próxima Copa del Mundo 2026, que se llevará a cabo por primera vez en tres países distintos, a saber: México, Estados Unidos y Canadá, además la Jefa de Gobierno de la Ciudad de México promovió ante la delegación de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) al Estadio Azteca como sede del partido inaugural lo cual, de concretarse, ayudaría a fortalecer al turismo, la generación de empleos y la derrama económica.³

² Organización Mundial del Turismo, Turismo Deportivo, Expo, UNWTO, Madrid, DOI: 2017, consultado en: <https://www.unwto.org/es/turismo-deportivo>

³ Instituto del Deporte de la Ciudad de México, Promueve Jefa de Gobierno a la Ciudad de México como sede del partido inaugural de la Copa del Mundo 2026, Publicado el 18 Noviembre 2021, consultado en: <https://www.indeporte.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/promueve-jefa-de-gobierno-la-ciudad-de-mexico-como-sede-del-partido-inaugural-de-la-copa-del-mundo-2026>

De forma paralela la ciudad promovió la realización de importantes eventos deportivos que ayudaron a incrementar el flujo de turistas en la capital, de los cuales destacan los siguientes:

1. El Ciclotón, evento que coordina el Instituto del Deporte de la Ciudad de México, donde se convoca a ciclistas, patinadores y corredores a realizar actividad física y se lleva a cabo los domingos del último mes, el cual ha tenido la participación de 52 mil personas.
2. Maratón de la Ciudad de México, es un recorrido de 42.195 kilómetros de trayecto que se celebra cada año. Este año se contó con la participación de 30 mil participantes a nivel nacional e internacional.
3. El Gran Premio de la Fórmula 1 es la competencia de carreras de motor más importante de la Federación Internacional de Automóvil, la cual tuvo una asistencia de 395 mil 902 espectadores.
4. El Monday Night Football que significó el regreso de la NFL al estadio Azteca, presenciando el encuentro entre los San Francisco 49ers y los Arizona Cardinals, dicho evento contó con la asistencia de más de 78 mil espectadores y trajo una derrama económica que ascendió a 85 millones de dólares.

Hasta aquí hemos evidenciado la importancia que tiene el desarrollo de nuevos segmentos o nichos de mercado, siendo el turismo deportivo uno de los más importantes, no obstante, es menester señalar que el entretenimiento se ha fortalecido como uno de los componentes de mayor importancia en términos de rentabilidad, hasta el punto de que el turismo prácticamente no se concibe sin entretenimiento. Por tanto, los destinos turísticos se han visto forzados a desarrollar una gama de actividades compatibles que incrementen la satisfacción del turista, su tiempo de estancia y su gasto, o bien, lo motiven a viajar o frecuentar cada vez más un lugar.⁴

En consecuencia, las instalaciones de los destinos turísticos no pueden limitarse a la belleza natural y al alojamiento, es necesario atender una creciente demanda por actividades especializadas que buscan los diferentes segmentos de mercado, entre las cuales se encuentran las actividades deportivas al aire libre, pero también una gran diversidad de actividades bajo techo de carácter cultural, artístico, de esparcimiento y de espectáculo como son los festivales musicales o conciertos.

⁴ Centro de Documentación (CEDOC) adscrito a la Dirección General de Profesionalización y Competitividad Turística, Secretaría de Turismo, "Turismo y Entretenimiento" consultado en: https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/006916Pri_5.pdf

En ese aspecto, nuevamente, la Ciudad de México se presenta como una de las mejores opciones para esta industria, pues cuenta con un público para todos los gustos y una serie de recintos, tales como: el Auditorio Nacional, el Foro Sol, el Palacio de los Deportes, el Teatro Metropolitan, el Teatro Blanquita, el Centro Cultural Telmex, el Estadio Azul, la Plaza de Toros México, entre otros recintos, que hacen muy atractiva a la capital del país como sede de los principales eventos musicales y espectáculos de corte internacional, sin mencionar la amplia infraestructura turística y tecnología que permitan llevar a cabo eventos de calidad y espectáculos con reconocimiento a nivel mundial.

Sin duda, el desarrollo de este tipo de espectáculos y de eventos deportivos tienen un fuerte impacto para la industria turística, considerando que además de los asistentes locales, el llevar a cabo conciertos con artistas internacionales, equipos populares de todas las disciplinas y regiones del mundo, así como con grandes estrellas del mundo del deporte, trae consigo la llegada de visitantes de otros destinos, quienes además de venir a disfrutar del evento, generan una importante derrama económica en establecimientos de hospedaje, restaurantes y servicios en general, teniendo la oportunidad de aprovechar su visita y disfrutar de los atractivos turísticos que ofrece la capital del país.⁵

PROBLEMÁTICA DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

En la presente iniciativa, no se configura formalmente una problemática desde la perspectiva de género, de conformidad con la metodología que establece la unidad III incisos A), B), C) y D) de la Guía para la incorporación de perspectiva de género en el trabajo legislativo del Congreso de la Ciudad de México y el Protocolo para Juzgar con Perspectiva de Género emitido por la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

ARGUMENTOS QUE LA SUSTENTAN

Lamentablemente, el desarrollo del turismo deportivo y de espectáculo en la Ciudad de México ha quedado limitado a causa de una falta de regulación que propicie las condiciones necesarias para que se puedan maximizar los beneficios que trae la realización de grandes eventos deportivos, artísticos y culturales, pues actualmente, cada una de estas actividades opera de forma aislada al no existir los mecanismos que permitan articular los distintos sectores que integran la cadena productiva del turismo, siendo que el visitante compra su boleto para el evento y, una vez que éste concluye, el visitante regresa a su lugar de residencia, sin antes aprovechar su estadía para conocer el destino anfitrión.

⁵ Tonyyarto, “Ciudad de México: Sede de los grandes eventos musicales y de entretenimiento” Turespacio, consultado en: <https://www.turespacio.com/ciudad-de-mexico-sede-de-los-grandes-eventos-musicales-y-de-entretenimiento/>

En ese sentido, el Consejo Mexicano de Turismo Deportivo (COMETUD) ha realizado diversos estudios que demuestran que las personas que participan en eventos y actividades del segmento de turismo deportivo también estarían interesados en realizar actividades turísticas para mejorar su experiencia y conocer el lugar donde se llevó a cabo la atracción principal, ejemplo de ello, es que de acuerdo con diversas encuestas 72% de los turistas deportivos pagarían una noche más para actividades turísticas; 69% algunas veces contratan paquetes turísticos; 44% requieren información previa para contratar paquetes turísticos y finalmente 65% gastan de 1000 a 2000 pesos en atractivos turísticos por día. Perfil que también comparten las personas que visitan una ciudad por algún concierto, festival musical o espectáculo artístico.

Ahora bien, son diversos los motivos que propician que los turistas no contraten paquetes turísticos, entre los más comunes son: falta de información y conocimiento para saber cómo, dónde y con quién contratarlos; falta de tiempo para realizar la investigación y planeación de los lugares turísticos que se pueden visitar cerca del lugar donde se llevará a cabo la atracción principal, pues muchos de ellos solo se limitan a comprar su boleto a través de empresas de boletaje como Ticketmaster, eticket, superboletos; o bien, la imposibilidad de adquirir dichos boletos en una fuente alterna a estas empresas que poseen el monopolio de la venta de boletaje para los principales eventos deportivos o musicales.

Afortunadamente, las áreas de oportunidad que ofrecen las actividades del turismo deportivo y de entretenimiento cada vez son más interesantes para los gobiernos locales, que pretenden transformarlos en instrumentos para el desarrollo del turismo. Sin embargo, para aprovechar estas herramientas, es fundamental organizarse en estrecha cooperación con las agencias de deporte, entretenimiento y turismo, los actores encargados de la toma de decisiones y la comunidad local a fin de articular a cada uno de los agentes que forman parte de la cadena de valor del turismo.

En ese sentido, las agencias de viajes son pieza fundamental para articular los diversos productos y servicios turísticos que se ofertan en un destino, pues son empresas que se dedican a facilitar la realización de los viajes, intermediando entre el viajero y el proveedor, además, diseñan, organizan, comercializan y distribuyen servicios y productos turísticos proporcionando información y asesoría sobre destinos y multitud de temas relacionados; dicha labor contribuye al desarrollo de destinos turísticos y constituyen un valioso instrumento para identificar tendencias y necesidades del mercado para los agentes y proveedores turísticos.

En este orden de ideas, la presente iniciativa tiene como objetivo aprovechar y maximizar los beneficios del turismo deportivo y de entretenimiento estableciendo una obligación para las empresas que concentran el monopolio de la venta de boletaje sobre eventos

deportivos y de entretenimiento, tales como partidos, exhibiciones, carreras, conciertos, festivales, espectáculos, entre otros, a vender al menos el 10% del total de boletos que se tengan por evento, a través de agencias de viajes, lo anterior con la finalidad de que al menos un porcentaje de los turistas que visitan la Ciudad de México a causa de un evento, aprovechen su visita no solo para asistir al eventos sino para prolongar su estadía y poder fomentar el turismo en la capital.

Asimismo, a través de la presente reforma se pretende prever que en los lugares donde se celebren Espectáculos públicos, por su alta afluencia de turistas nacionales y extranjeros, además de los servicios complementarios correspondientes, el titular deberá poner a disposición de la Secretaría de Turismo un espacio suficiente para instalar un módulo de información turística a fin de promover el turismo en la capital.

FUNDAMENTO LEGAL CONSTITUCIONAL Y CONVENCIONAL

PRIMERO. – De conformidad con la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, celebrada en Manila, Filipinas, el 10 de octubre de 1980, el turismo se entiende como una actividad esencial de la vida de las naciones, por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales en todo el mundo.

SEGUNDO. – De igual modo, el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024 determinan las acciones a instrumentar a partir de cuatro objetivos prioritarios: 1) garantizar un enfoque social y de respeto de los derechos humanos en la actividad turística del país; 2) impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México; 3) fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional; y 4) fomentar el turismo sostenible en el territorio nacional.

TERCERO. – Que de acuerdo con los artículos 1 y 15 de la Ley General de Turismo los procesos que se generan por la materia turística son una actividad prioritaria nacional que, bajo el enfoque social y económico, genera desarrollo regional. De tal suerte, la Secretaría, los Estados, Municipios y la Ciudad de México, en el ámbito de sus respectivas competencias, estimularán y promoverán entre la iniciativa privada y el sector social, la creación y fomento de cadenas productivas y redes de valor en torno a los desarrollos turísticos nuevos y existentes, con el fin de detonar las economías locales.

CUARTO. – En el mismo sentido, el artículo 55 de la Ley de Turismo para el Distrito Federal, señala que la Secretaría de turismo de la Ciudad de México, estimulará y promoverá entre la iniciativa privada y el sector social, la creación y fomento de cadenas productivas y redes

de valor en torno a los desarrollos turísticos nuevos y existentes, con el fin de detonar la economía local y buscar el desarrollar regional.

QUINTO. – De igual forma el artículo 37 y 40 del citado ordenamiento establece que corresponde a la Secretaría la promoción turística de la Ciudad de México en el ámbito local, nacional e internacional, dicha actividad comprenderá, entre otras, cualquier actividad cuya finalidad sea la comunicación persuasiva para incrementar la imagen, los flujos turísticos, la estadía y el gasto de los turistas en la Ciudad de México.

SEXTO. – Finalmente el artículos 41 de la Ley de Turismo para el Distrito Federal faculta a la Secretaría para difundir la información turística a través del sitio de internet oficial, Centros y Módulos de Información Turística, entre otros medios. Dichos centros y módulos deberán estar en lugares estratégicos y visibles para facilitar su localización, tener una rotulación y señalización en español e inglés, contar con equipo de cómputo y acceso a internet, destinar espacio para la promoción por parte de prestadores de servicios turísticos, información impresa conforme al Reglamento y el personal deberá estar capacitado con conocimientos de cultura general, habilidades de comunicación, dominio de al menos un idioma extranjero y conocimiento actualizado de los recursos, ofertas y atractivos turísticos del lugar a fin de ofrecerán información, orientación y asesoramiento de calidad a los turistas nacionales e internacionales.

DENOMINACIÓN DEL PROYECTO DE LEY O DECRETO

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA UNA FRACCIÓN AL ARTÍCULO 12 RECORRIENDO LAS SUBSECUENTES Y SE REFORMAN LOS ARTÍCULOS 15 Y 33 DE LA LEY PARA LA CELEBRACIÓN DE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO CON LA FINALIDAD DE APROVECHAR Y MAXIMIZAR LOS BENEFICIOS DEL TURISMO DEPORTIVO Y DE ENTRETENIMIENTO EN LA CIUDAD DE MÉXICO.

ORDENAMIENTOS A MODIFICAR

- Ley para la Celebración de Espectáculos Públicos de la Ciudad de México.

A efecto de dar claridad a la reforma y adición propuesta, se presenta el siguiente cuadro comparativo:

LEY PARA LA CELEBRACIÓN DE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO	
TEXTO VIGENTE	TEXTO PROPUESTO

<p>Artículo 12.- Son obligaciones de los titulares, cualesquiera que sea el lugar en que se celebre algún espectáculo público:</p> <p>I a XXIV...</p> <p>XXV. Poner a disposición de las personas adultas mayores y personas con discapacidad, localidades a precios populares, en los términos que establezca el Reglamento correspondiente, y</p> <p>XXVI. Las demás que se establezcan en la Ley y otras disposiciones aplicables.</p>	<p>Artículo 12.- Son obligaciones de los titulares, cualesquiera que sea el lugar en que se celebre algún espectáculo público:</p> <p>I a XXIV...</p> <p>XXV. Poner a disposición de las personas adultas mayores y personas con discapacidad, localidades a precios populares, en los términos que establezca el Reglamento correspondiente, y</p> <p>XXVI. Establecer en el lugar donde se celebre el espectáculo público las facilidades necesarias para que la Secretaría de Turismo de la Ciudad por si, o a través de un tercero debidamente acreditado, pueda instalar un módulo de información mediante el cual se pueda difundir y promover la actividad turística en la capital, y</p> <p>XXVII. Las demás que se establezcan en la Ley y otras disposiciones aplicables.</p>
<p>Artículo 15.- En el interior de los lugares donde se celebren Espectáculos públicos, podrán prestarse como servicios complementarios la venta de alimentos preparados, bebidas no alcohólicas, dulces y artículos de tabaquería y promocionales, siempre y cuando cuenten con el permiso respectivo.</p>	<p>Artículo 15.- En el interior de los lugares donde se celebren Espectáculos públicos, podrán prestarse como servicios complementarios la venta de alimentos preparados, bebidas no alcohólicas, dulces y artículos de tabaquería y promocionales, siempre y cuando cuenten con el permiso respectivo. Asimismo, el titular deberá poner a disposición de la Secretaría de Turismo un espacio para instalar un módulo de información turística a fin de promover, por si o a través de un tercero debidamente acreditado, el turismo en la capital.</p>

<p>La venta de cualquier tipo de bebida alcohólica requerirá de autorización por escrito de la Alcaldía respectiva, dicha autorización deberá ser colocada a la vista en el interior del local.</p>	<p>La venta de cualquier tipo de bebida alcohólica requerirá de autorización por escrito de la Alcaldía respectiva, dicha autorización deberá ser colocada a la vista en el interior del local.</p>
<p>Artículo 33.- Los Titulares deberán poner a disposición de los interesados los boletos de acceso al Espectáculo público de que se trate el día de su celebración, en las taquillas del local en que se lleve a cabo. En ningún caso podrán los titulares poner a la venta boletos que excedan la capacidad física del local que se trate.</p>	<p>Artículo 33.- Los Titulares deberán poner a disposición de los interesados los boletos de acceso al Espectáculo público de que se trate el día de su celebración, en las taquillas del local en que se lleve a cabo. En ningún caso podrán los titulares poner a la venta boletos que excedan la capacidad física del local que se trate.</p>
<p>Asimismo, podrán expendirse en locales diferentes a la taquilla, los cuales podrán ser operados por personas físicas o morales diferentes al Titular del Permiso; siempre y cuando se celebre y registre ante la Alcaldía el convenio en el que se especifique la forma y términos en que se llevara a cabo esta actividad, y se haga constar la obligación de expedir un comprobante de la operación realizada, a cargo de la persona autorizada para la venta de boletos bajo esa modalidad.</p>	<p>Asimismo, podrán expendirse en locales diferentes a la taquilla, los cuales podrán ser operados por personas físicas o morales diferentes al Titular del Permiso; siempre y cuando se celebre y registre ante la Alcaldía el convenio en el que se especifique la forma y términos en que se llevara a cabo esta actividad, y se haga constar la obligación de expedir un comprobante de la operación realizada, a cargo de la persona autorizada para la venta de boletos bajo esa modalidad.</p>
<p>Queda prohibida la venta de boletos en la vía pública y alterar el precio en el que se ofrezcan en la taquilla. De igual manera queda prohibida la reventa.</p>	<p>Queda prohibida la venta de boletos en la vía pública y alterar el precio en el que se ofrezcan en la taquilla. De igual manera queda prohibida la reventa.</p>
<p>Los titulares serán responsables de vigilar el respeto a lo ordenado en el párrafo anterior, especialmente en las zonas contiguas al local en que se desarrolle el Espectáculo público de que se trate y, de notificar de inmediato a la Alcaldía cuando se presenten conductas contrarias a dicha</p>	<p>Los titulares serán responsables de vigilar el respeto a lo ordenado en el párrafo anterior, especialmente en las zonas contiguas al local en que se desarrolle el Espectáculo público de que se trate y, de notificar de inmediato a la Alcaldía cuando se presenten conductas contrarias a dicha</p>

disposición, a fin de que está proceda conforme a sus atribuciones en la materia.

disposición, a fin de que está proceda conforme a sus atribuciones en la materia.

Los titulares deberán destinar al menos el 10% del boletaje de cada espectáculo público para su venta a través de agencias de viaje debidamente registradas en el Registro Nacional de Turismo, cuyo objeto principal sea promover la actividad turística en la Ciudad de México.

Por las razones anteriormente expuestas, someto a consideración de este H. Congreso, el siguiente:

PROYECTO DE DECRETO

ÚNICO. - Se adiciona un párrafo quinto al artículo 33 de la Ley para la Celebración de Espectáculos Públicos para la Ciudad de México, para quedar de la siguiente manera:

Artículo 12.- Son obligaciones de los titulares, cualesquiera que sea el lugar en que se celebre algún espectáculo público:

I a XXIV...

XXV. Poner a disposición de las personas adultas mayores y personas con discapacidad, localidades a precios populares, en los términos que establezca el Reglamento correspondiente, y

XXVI. Establecer en el lugar donde se celebre el espectáculo público las facilidades necesarias para que la Secretaría de Turismo de la Ciudad por sí, o a través de un tercero debidamente acreditado, pueda instalar un módulo de información mediante el cual se pueda difundir y promover la actividad turística en la capital, y

XXVII. Las demás que se establezcan en la Ley y otras disposiciones aplicables.

...

*Artículo 15.- En el interior de los lugares donde se celebren Espectáculos públicos, podrán prestarse como servicios complementarios la venta de alimentos preparados, bebidas no alcohólicas, dulces y artículos de tabaquería y promocionales, siempre y cuando cuenten con el permiso respectivo. **Asimismo, el titular deberá poner a disposición de la Secretaría de Turismo un espacio para instalar un módulo de información turística a fin de promover, por si o a través de un tercero debidamente acreditado, el turismo en la capital.***

La venta de cualquier tipo de bebida alcohólica requerirá de autorización por escrito de la Alcaldía respectiva, dicha autorización deberá ser colocada a la vista en el interior del local.

...

Artículo 33.- Los Titulares deberán poner a disposición de los interesados los boletos de acceso al Espectáculo público de que se trate el día de su celebración, en las taquillas del local en que se lleve a cabo. En ningún caso podrán los titulares poner a la venta boletos que excedan la capacidad física del local que se trate.

Asimismo, podrán expendirse en locales diferentes a la taquilla, los cuales podrán ser operados por personas físicas o morales diferentes al Titular del Permiso; siempre y cuando se celebre y registre ante la Alcaldía el convenio en el que se especifique la forma y términos en que se llevara a cabo esta actividad, y se haga constar la obligación de expedir un comprobante de la operación realizada, a cargo de la persona autorizada para la venta de boletos bajo esa modalidad.

Queda prohibida la venta de boletos en la vía pública y alterar el precio en el que se ofrezcan en la taquilla. De igual manera queda prohibida la reventa.

Los titulares serán responsables de vigilar el respeto a lo ordenado en el párrafo anterior, especialmente en las zonas contiguas al local en que se desarrolle el Espectáculo público de que se trate y, de notificar de inmediato a la Alcaldía cuando se presenten conductas contrarias a dicha disposición, a fin de que está proceda conforme a sus atribuciones en la materia.

Los titulares deberán destinar al menos el 10% del boletaje de cada espectáculo público para su venta a través de agencias de viaje debidamente registradas en el Registro Nacional de Turismo, cuyo objeto principal sea promover la actividad turística en la Ciudad de México.

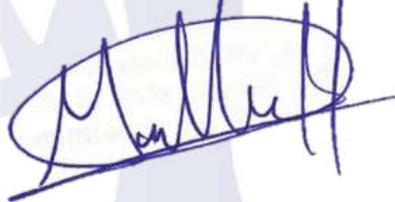
TRANSITORIOS

PRIMERO. - Remítase a la persona titular de 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

Recinto del Congreso de la Ciudad de México, a los ___ días del mes de febrero del año dos mil veintitrés, firmando la suscrita Diputada Frida Jimena Guillen Ortiz, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional.

ATENTAMENTE



DIPUTADA FRIDA JIMENA GUILLÉN ORTIZ