

H. Congreso del Estado de Nuevo León



LXXVII Legislatura

PROMOVENTE: DIP. CARLOS ALBERTO DE LA FUENTE FLORES, INTEGRANTE DEL GLPAN DE LA LXXVII LEGISALTURA

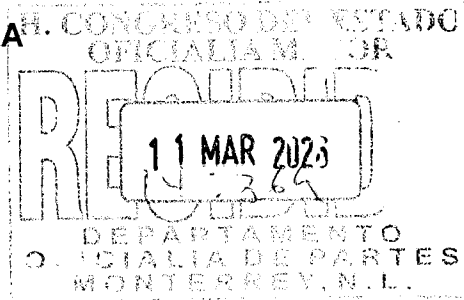
ASUNTO RELACIONADO: MEDIANTE EL CUAL PRESENTAN INICIATIVA DE REFORMA AL ARTÍCULO 64 DE LA LEY DE HACIENDA PARA LOS MUNICIPIOS DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN

INICIADO EN SESIÓN: Martes 17 de Marzo de 2026

SE TURNÓ A LA (S) COMISIÓN (ES): COMISIÓN DE PRESUPUESTO.

Mtro. Joel Treviño Chavira
Oficial Mayor

DIP. ITZEL SOLEDAD CASTILLO ALMANZA
PRESIDENTA DEL H. CONGRESO DEL
ESTADO DE NUEVO LEÓN
PRESENTE.-



El suscrito Diputado **Carlos Alberto de la Fuente Flores integrante del Grupo Legislativo del Partido de Acción Nacional de la LXXVII Legislatura del H. Congreso del Estado**, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 86, 87 y 96 fracción I de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Nuevo León, y con fundamento en los artículos 102, 103, 104 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado de Nuevo León, acudo a esta soberanía a proponer el siguiente proyecto de decreto por el que se reforma el párrafo segundo de la fracción V del artículo 64 de la Ley de Hacienda para los Municipios del Estado de Nuevo León, al tenor de la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En las últimas décadas, las zonas metropolitanas de Nuevo León, particularmente el área de Monterrey, han experimentado un crecimiento vertical y tecnológico acelerado. La publicidad exterior ha pasado de ser un elemento meramente informativo a una industria de alto impacto visual y tecnológico. Los anuncios luminosos y pantallas LED de gran formato dominan hoy el espacio público, generando beneficios económicos privados sustanciales mediante el uso del paisaje urbano, el cual es un bien público.

El actual Artículo 64 establece un límite máximo de 70 cuotas para el cobro de derechos por anuncios luminosos. Desde una perspectiva de eficiencia fiscal, este tope genera una distorsión regresiva: un anuncio de dimensiones moderadas termina pagando proporcionalmente mucho más que un megaproyecto publicitario de cientos de metros

cuadrados.

Al alcanzar el tope de 75 cuotas, el costo marginal por metro cuadrado adicional para el contribuyente es cero, lo que contraviene el principio de proporcionalidad tributaria establecido en el Artículo 31, fracción IV, de la Constitución Federal.

Los principios de equidad, proporcionalidad y progresividad deben estar presentes en este caso, pues las contribuciones deben ser justas y acorde a la capacidad económica de quien realiza la actividad gravada; cabe destacar, que el pago tributario es destinado a satisfacer las necesidades de los ciudadanos, por ello este ajuste debe ser planteado de una manera acorde a la medida de impacto publicitario que genera.

El no establecer un límite superior al valor por metro cuadrado permite internalizar los costos sociales y ambientales que esta actividad traslada a la comunidad.

Para dimensionar el rezago fiscal de Nuevo León en materia de publicidad exterior, el "techo" establecido en el segundo párrafo de la fracción V del artículo 64 beneficia desproporcionadamente a los grandes consorcios publicitarios, ya que establece carece de los principios de **proporcionalidad** o **progresividad**.

El límite de **75 cuotas** genera una pérdida recaudatoria crítica para los municipios. Bajo la normativa actual, una pantalla LED de gran formato (ej. 100 m²) en una arteria principal como Av. Constitución o Av. Lázaro Cárdenas, termina pagando una fracción mínima de su valor de mercado publicitario.

Simulación de Recaudación (Escenario 100 m²)

Nota: Basado en UMA proyectada 2026 de \$117.30 MXN.

Concepto	Con Tope Actual (75 Cuotas)	Propuesta Sin Tope (Real)	Diferencia / Pérdida Municipal

Anuncio LED 100 m ²	\$21993.75 MXN	\$29,325.00 MXN*	- \$7,331.25 MXN
Anuncio LED 200 m ²	\$21993.75 MXN	\$58,650.00 MXN	- \$36,656.25 MXN

*Cálculo basado en una tarifa base de 2.5 cuotas por m².

Dentro de las principales justificaciones de esta reforma se tienen las siguientes:

1. **Justicia Redistributiva:** Al eliminar el tope, se asegura que las empresas que explotan los espacios de mayor plusvalía contribuyan de acuerdo a la magnitud de su impacto.
2. **Desincentivo a la Saturación Visual:** El tope actual incentiva la instalación de anuncios cada vez más grandes, ya que el costo excedente es nulo. La eliminación del tope obliga a los publicistas a evaluar la eficiencia de su espacio, promoviendo un paisaje urbano menos saturado.

Es por lo anteriormente expuesto que se pone a su consideración el siguiente Proyecto de:

DECRETO

ARTÍCULO ÚNICO.- Se reforma el **segundo párrafo de la fracción V del Artículo 64** de la Ley de Hacienda para los Municipios del Estado de Nuevo León, para quedar como sigue:

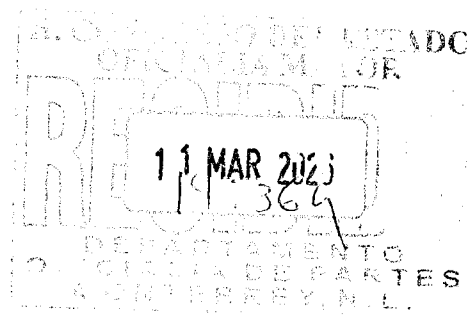
ARTÍCULO 64.- ...

I.- a la IV.-...

V.- Por licencia y medio de identificación oficial para anuncios que deberá quedar adherido al mismo, se pagarán por metro cuadrado de exposición, 2.5 cuotas.

En ningún caso la cantidad a pagar por anuncio será inferior a 2.5 cuotas, ni superior a 50 cuotas. **En el caso de anuncios cuya superficie de exposición esté compuesta de elementos electrónicos, la cantidad a pagar corresponderá, según la cantidad de metros cuadrados de exposición.**

...
...
...
...
...



TRANSITORIOS

PRIMERO.- El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Estado.

SEGUNDO.- Los Municipios deberán adecuar sus Reglamentos en un plazo no mayor a 90 días naturales para el cumplimiento del presente decreto.

Monterrey, Nuevo León a marzo de 2026.

Carlos Alberto de la Fuente Flores
Diputado Local