

Resguardan a erizo. Un erizo, animal considerado en peligro de extinción, fue encontrado por una mujer de 46 años quien señaló que lo vio entre las plantas de un parque en la colonia Anáhuac Segunda Sección, en Miguel Hidalgo. Personal de la Brigada de Vigilancia Animal de la Policía capitalina acudió a resguardar al animal. *Wendy Roa*



Foto: Especial

comunidad@gimm.com.mx @Comunidad_Exc



COMUNIDAD

EXCELSIOR | DOMINGO 11 DE JULIO DE 2021

CAMIÓN TRASLADABA CEMENTO

Cierran tres horas Patriotismo por volcadura

POR JORGE GONZÁLEZ
jorge.gonzalez@gimm.com.mx

Un camión que trasladaba 20 toneladas de concreto, que circulaba por Eje 6 Sur, volcó sobre su costado derecho al querer incorporarse a Patriotismo, en la colonia Ciudad de los Deportes, en la alcaldía Benito Juárez.

El hecho ocurrió cerca del mediodía. La unidad quedó sobre su costado derecho y derramó parte de su contenido sobre el carril derecho de Patriotismo; el conductor del



Foto: Jorge González

Se utilizaron dos grúas de la SSC para realizar las maniobras de retiro del camión y, para ello, se cerró la circulación en Patriotismo.

camión resultó lesionado, sin embargo, no ameritó traslado a un hospital.

Mientras tanto, bomberos de la Ciudad de México, así como empleados de la empresa Moctezuma, traspalaron la carga derramada antes de que la unidad siniestrada pudiera ser colocada sobre sus ruedas nuevamente.

Después, dos grúas tipo Brigadier que pertenecen a la Secretaría de la Seguridad Ciudadana realizaron las maniobras necesarias para retirar al camión.

Estos trabajos duraron alrededor de tres horas, por lo que la circulación de la avenida fue cerrada.

PUBLICIDAD EXTERIOR

VIVE DOBLE CRISIS

ADEMÁS DE PERDER ANUNCIANTES por la pandemia de covid, ahora la industria debe enfrentar el auge de mensajes en formatos ilegales

POR JONÁS LÓPEZ
jonas.lopez@gimm.com.mx

La industria de la publicidad exterior en la Ciudad de México está atravesando por una doble crisis económica. Una generada por la pandemia de covid y otra por la competencia desleal de nuevas empresas que están explotando formatos ilegales, pero que son muy atractivos para las cadenas comerciales.

Manuel Sánchez, empresario de la publicidad exterior, alertó que si por la tercera ola de covid el semáforo epidemiológico vuelve a naranja o rojo y se determinan nuevas medidas de confinamiento y distanciamiento social, sería la aniquilación para la industria.

La crisis económica provocó que los ingresos para los publicistas como el acero, impresión de gran formato o los plásticos se hayan encarecido, pero les es imposible subir las tarifas de los anuncios porque hay pocos clientes, quienes se ahuyentarían si ven que suben los costos.

El representante de empresa Casa Publicidad e integrante de la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (Canacíntra) apuntó que el pésimo panorama para la industria se vuelve más turbio si se aprueba en el Congreso de la Ciudad de México la nueva Ley de Publicidad Exterior que es sumamente prohibicionista.

"Nosotros vemos con enorme preocupación que el semáforo que dicta la Ciudad de México tiene en este momento el color amarillo con las mismas cifras de contagio que había cuando estábamos en semáforo rojo, entonces, yo no quisiera pensar en que nos pudieran volver a cerrar porque sería aniquilador para el sector."

"Pero tampoco veo que la pandemia se vaya a acabar ni en este año ni en el que sigue. Futureando un poquito, yo creo que si nos va bien para el 2023 y tenemos una amenaza peor que es que el gobierno central está tratando de impulsar en el Congreso local una nueva ley de publicidad en exteriores que viene cien por ciento prohibicionista y eso sí sería la estocada final para el sector", alertó Sánchez.

El 22 y 23 de junio pasado, el Congreso capitalino se reunió con 200 representantes de asociaciones de publicidad exterior para discutir nuevos modelos de publicidad y el orden del paisaje urbano, entre otros temas,



La crisis que vive la publicidad exterior se observa en la cantidad de espectaculares que hay disponibles en las calles de la capital.

previo a que el Legislativo local presente una iniciativa para la creación de esta nueva ley.

Por su parte, Jorge Carlos Negrete, presidente de la Fundación por el Rescate y Recuperación del Paisaje Urbano, indicó que la crisis económica generada por covid ha golpeado al sector, que antes de la pandemia generaba hasta seis mil millones de pesos anuales en la Ciudad de México.

Sin embargo, en marzo de 2020 las ventas cayeron 90 por ciento y actualmente sólo se han recuperado al 60 por ciento. Por eso las cerca de 50 empresas formales de publicidad exterior que operan en la capital están ofreciendo promociones de hasta 3x1 en la contratación de espectaculares.

Otro fenómeno que se ha registrado en la Ciudad de México es la aparición de pequeñas empresas publicitarias, de las cuales todavía no existe un registro ni se sabe cuántas son, y que están ofreciendo formatos ilegales, como los anuncios envolventes en muros y ventanas de edificios, mismos que están prohibidos en la Ley de Publicidad Exterior.

Sin embargo, a las empresas, principalmente aquellas que difunden productos audiovisuales como películas, les resultan muy atractivos los grandes formatos que envuelven los edificios, pero no toman en cuenta que estos anuncios significan un riesgo para la protección de las personas y una competencia desleal para las empresas que tratan de registrarse por la ley.

"Hay una gran cantidad de anuncios completamente ilegales que se están vendiendo con un precio mucho más bajo y un formato que está prohibido que son todos estos anuncios envolventes, es decir, los anuncios que cubren casi totalmente los muros y ventanas de los edificios son empresas nuevas que están compitiendo deslealmente con la industria", dijo.

Negrete indicó que, ante todas estas circunstancias, el Gobierno de la Ciudad de México no ha realizado acciones para el reordenamiento de la publicidad exterior ni retira los anuncios espectaculares en azoteas que son irregulares; tampoco verifica que las nuevas empresas cumplan con la ley ni evita que se instalen estos anuncios ilegales.

Dijo que en la capital, actualmente, la aplicación de las normas están paralizadas, con el pretexto de que en el Congreso se conforma una nueva ley de publicidad exterior que probablemente se analice en el próximo periodo extraordinario de sesiones.

6

MMDP

generaba la industria de la publicidad exterior antes de la pandemia

50

EMPRESAS

formales de publicidad exterior hay en la ciudad



Los anuncios volumétricos y envolventes son un riesgo de protección civil.



Foto: Cuartoscuro

En las últimas semanas, los macroquioscos, como el de la alcaldía Benito Juárez, han incrementado su demanda de pruebas.

CRECE LA DEMANDA PARA DETECTAR COVID

Analizan ampliar sitios para pruebas

Actualmente se realizan 12 mil 500 pruebas pero se pueden incrementar hasta en 22 mil

POR WENDY ROA
wendy.roa@gimm.com.mx

Ante el incremento en la demanda de pruebas de detección SARS-CoV-2, el gobierno capitalino analiza la posibilidad de extender el horario de atención en los 18 macroquioscos e, incluso, abrir quioscos móviles en las zonas en donde durante los últimos días se ha tenido un aumento de solicitudes.

Así lo informó la secretaria de Salud, Oliva López, quien mencionó que actualmente se realizan, en promedio, 12 mil 500 pruebas, pero existe la posibilidad de que se incrementen hasta en 22 mil.

"Efectivamente algunos sitios se registraron filas. Duplicamos el número de pruebas, pero estamos valorando la extensión del horario o la apertura de quioscos móviles que puedan ir hacia donde está la mayor demanda; donde estamos identificando también que se está concentrando la dinámica del contagio. Seguramente la próxima semana, si tomamos la decisión de hacer alguna de estas cosas, lo anunciaremos" expuso.

La funcionaria capitalina indicó que, a la fecha, el mayor número de casos positivos se concentran en las alcaldías Álvaro

DELTA ENCIENDE ALERTAS

La secretaria de Salud, Oliva López, informó que, una semana después de haber confirmado que la variante Delta estaba presente en la capital, los casos pasaron de seis a doce en los hospitales de Sedesa.

"La variante Delta, la preocupación es que puede desplazar muy rápidamente, una vez que se identifica en una zona por la capacidad de transmisión puede desplazar al resto, entonces esa es la que se está ahorita monitoreando nosotros tomamos las muestras y se enviaron al INDRE o al Instituto Nacional de Medicina Genómica que hacen el monitoreo", explicó López Arellano.

La funcionaria capitalina informó que aunque el incremento en hospitalizaciones se presenta en el grupo de 30 a 50 años, el mayor número de defunciones asociadas a covid prevalece los mayores de 60 años.

— Wendy Roa

Obregón, Gustavo A Madero, Iztapalapa.

Mencionó que quienes en la actualidad acuden a los macroquioscos son personas jóvenes, trabajadores y familias y expuso que, del total de los diagnósticos positivos, entre cinco y siete corresponden a niños.

VACUNACIÓN

MARCAN RÉCORD

El director general de Gobierno Digital de la ADIP, Eduardo Clark, destacó que el pasado jueves se aplicaron 195 mil vacunas en un día, cifra que supera a los registros de varias ciudades, excepto en Nueva Delhi.

El 13 de junio iniciará la aplicación de la primera dosis de AstraZeneca a los residentes de Iztacalco

Más en...



Calendario

Escanee el QR para conocer las sedes y horarios de vacunación

e Iztapalapa de 30 a 39 años, y el 14, la segunda dosis de Pfizer a los de 40 a 49, en Miguel Hidalgo.

— Wendy Roa