



Ciudad de México, a 01 de julio del 2026

DIP JESÚS SESMA SUÁREZ
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA
DEL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

P R E S E N T E

La que suscribe, **Diputada Cecilia Vadillo Obregón**, integrante del Grupo Parlamentario de Morena del Congreso de la Ciudad de México, III Legislatura, con fundamento en los artículos 30, numeral 1, inciso b), de la Constitución Política de la Ciudad de México; 4, fracción XXI, y 12, fracción II, de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; 95, fracción II y 96 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, someto a consideración de este H. Congreso, la siguiente:

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO EN MATERIA DE USO DE DENOMINACIONES TERRITORIALES EN PUBLICIDAD INMOBILIARIA, al tenor de la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La Ciudad de México se distingue por la diversidad histórica, cultural y territorial de sus colonias, barrios y pueblos originarios, cuyas denominaciones oficiales trascienden su función como simples referencias geográficas para la localización de personas y bienes. Por el contrario, estos nombres constituyen elementos fundamentales de identidad colectiva, memoria histórica y pertenencia comunitaria contruidos a lo largo del tiempo.

Asimismo, forman parte del patrimonio cultural urbano de la Ciudad, en tanto preservan procesos históricos, tradicionales, formas de organización social y referencias territoriales que permiten a las personas a mantener un vínculo con el espacio que habitan, fortalecen el tejido social y transmitir a futuras generaciones los elementos que dan sentidos e identidad a sus comunidades.



La nomenclatura territorial constituye además un instrumento fundamental para la planeación urbana, la prestación de servicios públicos, la elaboración de registros administrativos, la coordinación interinstitucional y la certeza jurídica en los actos de autoridad. Por ello, las denominaciones oficiales de las colonias, barrios, pueblos originarios y demás unidades territoriales poseen una dimensión que trasciende la mera identificación geográfica, al constituir referentes de interés público vinculados con la organización territorial de la ciudad.

No obstante, durante los últimos años se ha intensificado una práctica de mercadotecnia urbana y promoción inmobiliaria consistente en identificar determinadas zonas mediante denominaciones distintas de aquellas oficialmente reconocidas por las autoridades competentes. El caso paradigmático es el uso del término **“Nuevo Polanco”**, empleado como etiqueta publicitaria para referirse a áreas que cuentan con identidad propia y trayectoria barrial, como **Irrigación, Ampliación Granada y Verónica Anzures**.

Esta práctica no es aislada. Existen diversos ejemplos en distintas zonas de la Ciudad de México, entre ellos el uso de **“Reforma Norte”** para referirse a las colonias **Morelos, Guerrero y Tlatelolco**, en la alcaldía Cuauhtémoc; **“Roma Oriente”** para identificar comercialmente a la colonia **Doctores**; o **“Condesa Sur”** para referirse a **Tacubaya y Escandón** en la alcaldía Miguel Hidalgo. En todos los casos se observa un patrón común: **la sustitución de la denominación oficialmente reconocida por referencias comerciales asociadas a zonas con mayor posicionamiento inmobiliario o valor de mercado**. Aunque dichas expresiones carecen de reconocimiento jurídico oficial, su utilización se ha extendido en anuncios inmobiliarios, publicidad digital, portales especializados, material promocional y estrategias de comercialización. Esta situación genera una representación distorsionada del territorio urbano y debilita el reconocimiento público de las comunidades históricamente asentadas en dichas zonas.

Los datos disponibles muestran que el cambio de nombre a las colonias trae más complicaciones que beneficios en términos administrativos, legales y económicos, claros son los ejemplos donde se han popularizado estas



denominaciones que han experimentado incrementos significativos en los precios de renta y venta de vivienda.

En la colonia Doctores, identificada comercialmente como “Roma Oriente” en diversos anuncios inmobiliarios, las rentas mensuales pasaron de aproximadamente \$7,300 pesos a \$17,600 pesos entre octubre de 2022 y febrero de 2023. De forma similar, la colonia Guerrero, promovida bajo la denominación “Reforma Norte”, registró incrementos relevantes en los precios de arrendamiento. Asimismo, en la colonia Morelos se han comercializado desarrollos inmobiliarios bajo referencias territoriales distintas a las oficialmente reconocidas, dirigidos a segmentos de mercado con capacidad adquisitiva superior a la de la población históricamente residente.

La problemática descrita no constituye únicamente una cuestión semántica. La utilización sistemática de denominaciones no oficiales produce efectos concretos sobre la percepción social de los territorios, la identidad comunitaria y la información que reciben las personas consumidoras. El nombre de una colonia o barrio es un dato objetivo de localización territorial y, por tanto, forma parte de la información esencial que debe comunicarse de manera clara y veraz en cualquier actividad de promoción inmobiliaria.

En este sentido, la sustitución de denominaciones oficiales por nombres comerciales puede generar confusión respecto de la ubicación real de los inmuebles ofertados, particularmente cuando las referencias utilizadas buscan asociar una zona determinada con otra de mayor reconocimiento o prestigio comercial. Ello resulta contrario a los principios de transparencia, claridad e información veraz que deben regir la publicidad dirigida al público consumidor.

Adicionalmente, diversos estudios académicos han señalado que las estrategias de reposicionamiento simbólico de los territorios pueden influir en los procesos de valorización inmobiliaria. Díaz Parra y Salinas Arreortua (2016) desarrollan el concepto de “rent gap simbólico” para explicar cómo la transformación de las representaciones sociales asociadas a un territorio puede contribuir a modificar su valoración económica y las dinámicas del mercado urbano. Bajo esta lógica, la sustitución de nombres históricamente reconocidos por denominaciones



aspiracionales no sólo altera la forma en que se identifica un territorio, sino que también puede incidir en procesos más amplios de transformación urbana.

De manera particular, habitantes de colonias como Tacubaya han manifestado su preocupación por el uso de expresiones como **“Condesa Sur”**, al considerar que estas estrategias comerciales contribuyen a invisibilizar la identidad histórica de la comunidad y a modificar la percepción pública del territorio. Situaciones similares se han documentado en otras zonas de la ciudad donde la promoción inmobiliaria recurre a denominaciones distintas de las oficialmente reconocidas.

La utilización sistemática de nombres no oficiales genera, al menos, tres consecuencias relevantes:

1. **Invisibilización:** La sustitución de nombres históricamente reconocidos puede debilitar la memoria colectiva y los referentes identitarios que distinguen a cada comunidad.
2. **Distorsión del mercado urbano y aceleración de procesos de gentrificación:** La asociación simbólica con zonas de mayor prestigio inmobiliario puede contribuir a modificar las expectativas del mercado respecto del valor del suelo y de la vivienda.
3. **Confusión administrativa y afectación a la certeza territorial:** Finalmente, genera incertidumbre y confusión respecto de la identificación territorial de los inmuebles, afectando la claridad de la información que recibe la ciudadanía.

Frente a esta situación, resulta necesario fortalecer el marco normativo aplicable a la publicidad y promoción inmobiliaria, a fin de garantizar que las denominaciones territoriales utilizadas en anuncios, plataformas digitales, material promocional, señalización comercial y demás instrumentos de difusión correspondan a aquellas oficialmente reconocidas por las autoridades competentes.

La presente iniciativa tiene como objetivo proteger la identidad territorial de las colonias, barrios y pueblos de la Ciudad de México; garantizar el derecho de las personas a recibir información clara y veraz sobre la ubicación de los inmuebles ofertados; prevenir prácticas publicitarias que generen confusión respecto de la



localización territorial; y contribuir a la preservación del patrimonio histórico y cultural asociado a la nomenclatura urbana oficialmente reconocida.

Con ello se busca fortalecer la certeza territorial, la transparencia en el mercado inmobiliario y el respeto a las identidades comunitarias que forman parte de la riqueza histórica y cultural de la Ciudad de México.

En mérito de lo anterior, son de entenderse los siguientes:

ARGUMENTOS

La presente iniciativa encuentra sustento en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en la Constitución Política de la Ciudad de México, en la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México y en la Ley de Desarrollo Urbano de la Ciudad de México, las cuales reconocen y protegen los derechos culturales, la identidad de las comunidades, el patrimonio cultural, el derecho a la ciudad y el acceso a información veraz en las relaciones de consumo.

1. Los artículos 2 y 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos sustentan la presente iniciativa, al reconocer el derecho de los pueblos y comunidades a preservar los elementos que conforman su identidad cultural, así como el derecho de toda persona al acceso y ejercicio de los derechos culturales. En este sentido, las denominaciones históricas de pueblos, barrios y comunidades constituyen expresiones de identidad y patrimonio cultural que deben ser protegidas.
2. El artículo 18 de la Constitución Política de la Ciudad de México, denominado Patrimonio de la Ciudad, establece que el patrimonio histórico, cultural, natural y biocultural de la Ciudad constituye un bien común cuya protección, conservación, investigación difusión y enriquecimiento son de interés público y una responsabilidad compartida entre las autoridades y la sociedad.
3. De igual forma, los artículos 58 y 59 de la Constitución Política de la Ciudad de México reconocen y protegen la identidad, el patrimonio cultural y los derechos de los pueblos y barrios originarios, garantizando la preservación de los elementos que conforman su historia, tradiciones y sentido de



pertenencia, entre los que se encuentran las denominaciones de sus territorios.

4. Asimismo, la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, particularmente en sus artículos 3, 4, 13 y 14, reconoce la necesidad de proteger el paisaje urbano y el patrimonio cultural de la Ciudad, estableciendo que la publicidad exterior debe respetar los elementos históricos, culturales y de identidad que conforman el entorno urbano.

En ese sentido, resulta necesario evitar el uso de denominaciones distintas a las oficialmente reconocidas cuando éstas generen confusión respecto de la identidad territorial de colonias, barrios y pueblos originarios o contribuyan a la desvalorización de su patrimonio histórico y cultural.

5. Asimismo, en la Ley de Desarrollo Urbano de la Ciudad de México, se reconoce que el ordenamiento territorial debe realizarse con pleno respeto al patrimonio cultural urbano, la imagen urbana y la participación de las comunidades. En este sentido, las denominaciones oficiales de colonias, barrios y pueblos constituyen elementos de identificación territorial y de memoria colectiva que contribuyen a la preservación del patrimonio cultural de la Ciudad, por lo que cualquier modificación a las mismas debe sujetarse a criterios de interés público y participación comunitaria.

Adicionalmente, la presente iniciativa encuentra fundamento en los principios de transparencia, certeza jurídica e información veraz que deben regir toda actividad publicitaria y comercial. La ubicación territorial de un inmueble constituye una característica esencial de la información que se proporciona a las personas consumidoras. Por ello, la utilización de denominaciones no oficiales para identificar inmuebles o desarrollos inmobiliarios puede generar confusión respecto de su localización real, particularmente cuando dichas referencias buscan asociar una zona determinada con otra de mayor reconocimiento o valor comercial.

En consecuencia, el uso de nombres comerciales que sustituyan o desplacen las denominaciones oficialmente reconocidas no sólo afecta elementos de identidad colectiva y patrimonio cultural, sino que también puede comprometer



el derecho de las personas a recibir información clara, precisa y verificable respecto de la ubicación de los bienes inmuebles que les son ofertados.

La presente iniciativa no pretende restringir arbitrariamente la libertad de expresión comercial ni la actividad económica. Su finalidad consiste en establecer reglas mínimas de certeza territorial y transparencia informativa, garantizando que toda publicidad, promoción, oferta, comercialización o difusión relacionada con bienes inmuebles utilice las denominaciones oficialmente reconocidas por las autoridades competentes.

OBJETIVO DE LA INICIATIVA

La presente iniciativa tiene como finalidad:

- I. Proteger las denominaciones oficiales de colonias, barrios y pueblos originarios de la Ciudad de México como elementos de identidad colectiva, memoria histórica y patrimonio cultural urbano;
- II. Garantizar que la publicidad, promoción, oferta, comercialización y difusión de bienes inmuebles utilicen las denominaciones territoriales oficialmente reconocidas por las autoridades competentes;
- III. Prevenir prácticas publicitarias que puedan generar confusión respecto de la ubicación real de inmuebles mediante el uso de denominaciones comerciales, aspiracionales o no oficiales;
- IV. Fortalecer el derecho de las personas consumidoras a recibir información clara, precisa, verificable y territorialmente correcta sobre los bienes inmuebles que les son ofertados;
- V. Contribuir a la preservación de la identidad territorial de las comunidades frente a procesos de invisibilización derivados de la sustitución de nombres históricamente reconocidos por referencias comerciales; y

Con ello se fortalece la certeza jurídica y territorial, se promueve la transparencia en el mercado inmobiliario, se protege la identidad de colonias, barrios y pueblos originarios, y se previenen prácticas de mercadotecnia urbana que puedan afectar el reconocimiento histórico y cultural de las comunidades.



Para mayor ilustración de la propuesta de reforma, se presenta el siguiente cuadro comparativo:

LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO	
LEY VIGENTE	PROPUESTA DE REFORMA
Capítulo Segundo Atribuciones	Capítulo Segundo Atribuciones
Artículo 15. En la Ciudad queda prohibida la instalación de los siguientes medios publicitarios: I a XXII. XXIII. (Sin correlativo, se recorre la subsecuente) XXIV. (Sin correlativo, se recorre la subsecuente)	Artículo 15. En la Ciudad queda prohibida la instalación de los siguientes medios publicitarios: I a XXII. XXIII. Aquellos que, tratándose de la promoción, comercialización, preventa, venta, arrendamiento u oferta de bienes inmuebles, utilicen denominaciones territoriales distintas a las oficialmente reconocidas cuando ello induzca a error respecto de la ubicación real del inmueble o genere confusión sobre la colonia, barrio, pueblo originario o unidad territorial en la que efectivamente se localiza. XXIV. Aquellos que aprovechen la notoriedad, identidad, prestigio o plusvalía de una colonia, barrio,



XXV. Los demás que se ubiquen en lugares no permitidos expresamente en esta Ley.	pueblo originario o unidad territorial distinta de aquella en la que se ubica el inmueble anunciado. XXV. Los demás que se ubiquen en lugares no permitidos expresamente en esta Ley.
Capítulo Tercero Infracciones y sanciones	Capítulo Tercero Infracciones y sanciones
	Se agrega el artículo 93 Bis: Artículo 93 Bis. Se sancionará con multa de 500 a 2,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente a quien difunda, instale, exhiba o mantenga medios publicitarios que identifiquen colonias, barrios, pueblos originarios o cualquier otra unidad territorial de la Ciudad de México mediante denominaciones distintas a las oficialmente reconocidas por las autoridades competentes, cuando dichas denominaciones se utilicen en sustitución de la nomenclatura oficial o sean susceptibles de generar confusión respecto de la ubicación territorial o aprovechen la plusvalía real del bien, servicio, establecimiento o inmueble anunciado. Además de la multa correspondiente, la autoridad competente ordenará la corrección, sustitución o retiro del contenido publicitario dentro del



	<i>plazo que determine la resolución administrativa.</i> <i>En caso de reincidencia, la multa podrá incrementarse hasta el doble de la originalmente impuesta.</i>
--	--

Por lo anteriormente expuesto y fundado, someto a consideración de este H. Congreso de la Ciudad de México, el siguiente:

PROYECTO DE DECRETO

ÚNICO. Se reforman el artículo 15 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, para quedar como sigue:

LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Artículo 15.- *En la Ciudad queda prohibida la instalación de los siguientes medios publicitarios:*

I a XXII.

XXIII. (Sin correlativo, se recorre la subsecuente). *Aquellos que, tratándose de la promoción, comercialización, preventa, venta, arrendamiento u oferta de bienes inmuebles, utilicen denominaciones territoriales distintas a las oficialmente reconocidas cuando ello induzca a error respecto de la ubicación real del inmueble o genere confusión sobre la colonia, barrio, pueblo originario o unidad territorial en la que efectivamente se localiza.*

XXIV. (Sin correlativo, se recorre la subsecuente). *Aquellos que aprovechen la notoriedad, identidad, prestigio o plusvalía de una colonia, barrio, pueblo originario o unidad territorial distinta de aquella en la que se ubica el inmueble anunciado.*



XXV. *Los demás que se ubiquen en lugares no permitidos expresamente en esta Ley.*

Se agrega el artículo 93 Bis:

Artículo 93 Bis. *Se sancionará con multa de 500 a 2,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente a quien difunda, instale, exhiba o mantenga medios publicitarios que identifiquen colonias, barrios, pueblos originarios o cualquier otra unidad territorial de la Ciudad de México mediante denominaciones distintas a las oficialmente reconocidas por las autoridades competentes, cuando dichas denominaciones se utilicen en sustitución de la nomenclatura oficial o sean susceptibles de generar confusión respecto de la ubicación territorial o aprovechen la plusvalía real del bien, servicio, establecimiento o inmueble anunciado.*

Además de la multa correspondiente, la autoridad competente ordenará la corrección, sustitución o retiro del contenido publicitario dentro del plazo que determine la resolución administrativa.

En caso de reincidencia, la multa podrá incrementarse hasta el doble de la originalmente impuesta.

TRANSITORIOS

PRIMERO. Remítase a 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.

Dado en el Recinto Legislativo de Donceles, a 01 de julio de 2026.

ATENTAMENTE

Cecilia Vadillo Obregón

DIP. CECILIA VADILLO OBREGÓN

Certificado de firma		29/06/2026 08:49
Documento electrónico	Solicitante del proceso de firma Almacenado	
Identificador: 6A4285BA0C08CE7D9C3EF629	Nombre: Cecilia Vadillo Obregón	
Nombre y extensión: Iniciativa de Publicidad.docx.pdf	Compañía: SR LUZ SA DE CV	
Descripción:	Correo electrónico: cecilia.vadillo@congresocdmx.gob.mx	
Cantidad de páginas: 3	Teléfono:	
Estado: Firmado	Dirección IP: 2806:107e:7:9b56:6072:8519:7c4e:6a6	
Firmantes: 1	Fecha y hora de emisión	
Huella digital del contenido del documento original: 1e93beea1ec2eec8d4ce98f0e56d4d71e7be3f9fe6d64421ff63dee7b20255d2	(America/Mexico_City):	
Huella digital del contenido del documento firmado: 60512f2fccad1bad60daf3ed93970739a81badfdaeb575858a741fc41e179	29/06/2026 08:48	

Constancia de conservación del documento firmado	
Información de la constancia NOM-151	Información del emisor de la constancia NOM-151
Fecha de emisión: 29/06/2026 14:49:42 UTC (29/06/2026 08:49:42 Hora local de la Ciudad de México)	Prestador de Servicios de Certificación (PSC): PSC WORLD S.A. DE C.V.
Nombre y extensión: ec7ee8ef-66ef-426c-833b-a41475e4b741.cons	Certificado PSC válido desde: 2017-07-19
Huella digital contenida en la constancia: 60512f2fccad1bad60daf3ed93970739a81badfdaeb575858a741fc41e179	Certificado PSC válido hasta: 2029-07-19

Firmantes		
Firmante 1. Cecilia Vadillo Obregón		
Atributos	Firma	Fecha
Tipo de actuación: Por su Propio	ID: 6A428600D3DF1A1EC850E5DD	Enviado: 29/06/2026
Derecho	IP: 2806:107e:7:9b56:6072:8519:7c4e:6a6	08:49:08
Compañía:		Aceptó Aviso de
Método de notificación: Correo		Privacidad: 29/06/2026
Correo: cecilia.vadillo@congresocdmx.gob.mx		08:49:31
Teléfono:		Visto: 29/06/2026 08:49:36
Emisor de la firma electrónica:		Confirmado:
Dibujada en dispositivo		29/06/2026 08:49:36.518
Plataforma: https://app.con-certeza.mx		Firmado:
		29/06/2026 08:49:36.519

Firma con texto

Cecilia Vadillo Obregón

EL ESPACIO DEBAJO SE HA DEJADO EN BLANCO INTENCIONALMENTE

