

CONTENIDO

Iniciativas

Que adiciona las fracciones VIII y IX al artículo 76 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en materia de cancelación de suscripciones y membresías con cobro recurrente, a cargo del diputado Ricardo Monreal Ávila, del Grupo Parlamentario de Morena

Anexo II-1-1

Miércoles 17 de septiembre

RICARDO MONREAL ÁVILA
DIPUTADO FEDERAL

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONAN LAS FRACCIONES VIII Y IX AL ARTÍCULO 76 BIS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, en materia de cancelación de suscripciones y membresías con cobro recurrente.

El suscrito, **Dr. Ricardo Monreal Ávila**, diputado integrante del Grupo Parlamentario de MORENA en esta LXVI Legislatura del Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 71, fracción II; y 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y por los artículos 6, numeral 1, fracción I y 77 del Reglamento de la Cámara de Diputados, someto a consideración de esta soberanía la presente INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONAN LAS FRACCIONES VIII Y IX AL ARTÍCULO 76 BIS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, en materia de cancelación de suscripciones y membresías con cobro recurrente al tenor de la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En los últimos años, hemos presenciado como el desarrollo y la innovación de las Tecnologías de la información y de comunicación (TICs) ha revolucionado de una forma inédita todos los procesos de la vida cotidiana, abarcando desde el estudio, el trabajo, la comunicación e interacción social, hasta replantear la naturaleza del comercio.

En el panorama mundial, el desarrollo de las TICs, así como la constante evolución tecnológica, han sido fundamentales para la integración de los mercados en la comunidad internacional¹. En particular, el auge del comercio electrónico ha transformado radicalmente la manera en que se realizan las transacciones comerciales a nivel global. Plataformas digitales, sistemas de pago en línea, inteligencia artificial y soluciones logísticas innovadoras han permitido que empresas y consumidores puedan interactuar constantemente sin necesidad de una presencia física.

¹ Ponce Beltrán, Carlos de Jesús. Protección de los consumidores en el ámbito de internet. Fecha de consulta: 08 de mayo de 2025. Disponible en: <https://shorturl.at/ONGVu>



@RicardoMonrealA



@ricardomonreal



Ricardo Monreal

RICARDO MONREAL ÁVILA
DIPUTADO FEDERAL

En este sentido, cifras del Banco Mundial estiman que alrededor del 68% de la población, tuvo acceso a la internet para el año 2024², lo que representaría un estimado de 5,400 millones de personas que utilizan internet a nivel global³.

En nuestro país, de acuerdo con un informe publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) se estima que existen alrededor de 100.2 millones de personas usuarias de internet, lo que equivale a 83.1 % de la población de 6 años y más⁴. Este tipo de tecnología se usa principalmente para comunicarse, acceder a redes sociales, así como para llevar a cabo compras y contrataciones de servicios, y realizar pagos vía internet, como se muestra en la siguiente grafica.



5

² Banco Mundial. Individuos que utilizan internet. Disponible en: <https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.ZS?end=2024&start=2013&view=chart> Fecha de consulta: 08 de mayo de 2025.

³ Unión Internacional de Telecomunicaciones. Los últimos datos sobre conectividad mundial muestran un crecimiento, si bien persisten las brechas. (2023) Disponible en: <https://www.itu.int/es/mediacentre/Pages/PR-2023-11-27-facts-and-figures-measuring-digital-development.aspx#:~:text=La%20brecha%20de%20g%C3%A9nero%20digital,mayor%20que%20la%20de%20hombres>. Fecha de consulta: 08 de mayo de 2025

⁴ Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de la información en los hogares (ENDUTIH) (2025). Disponible en: <https://shorturl.at/OXRAT> Fecha de consulta: 08 de mayo de 2025

⁵ Ídem

RICARDO MONREAL ÁVILA
DIPUTADO FEDERAL

De esta manera, podemos ver como el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento exponencial, modificando profundamente la manera en que las personas interactúan con el mercado. Las plataformas digitales de películas, música, videojuegos, aplicaciones móviles y demás servicios en línea, forman ya parte integral de la vida cotidiana de millones de personas, quienes han adoptado estas herramientas como medios preferentes para adquirir bienes, contratar servicios o acceder a contenido cultural y de entretenimiento.

Este proceso de digitalización ha traído consigo múltiples beneficios, por un lado, la inmediatez, comodidad y la personalización de la experiencia de consumo en favor de las personas usuarias, así como el aumento en la productividad y la competitividad de las empresas y personas prestadoras de servicios por medios tecnológicos⁶. Sin embargo, también ha revelado importantes desafíos en la relación entre proveedores y consumidores, así como de la necesidad de generar un marco normativo más robusto en la materia.

En este contexto, cabe señalar que el uso generalizado de contratos de adhesión, algoritmos automatizados de cobro y políticas unilaterales de uso o cancelación, ha generado nuevas dinámicas marcadas por la opacidad, la complejidad y, en muchos casos, por la desigualdad entre las partes.

Por ello, el respeto y la garantía de los derechos del consumidor se vuelven pilares fundamentales para consolidar una economía digital que sea no solo eficiente, sino también justa, equitativa y transparente. En este sentido, diversos organismos internacionales han destacado la necesidad de establecer estándares⁷ o principios⁸ para la protección de los derechos de las personas usuarias de internet.

En ellos, se destaca el establecimiento de condiciones que promuevan la confianza, transparencia, accesibilidad, la observancia de escenarios de consentimiento expreso y la prevención de los abusos.

⁶ Observatorio de Desarrollo Digital, Comisión Económica para América Latina. *Digitalización y desarrollo*. Disponible en: <https://desarrollodigital.cepal.org/es/digitalizacion-desarrollo> fecha de consulta: 08 de mayo de 2025.

⁷ Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, Comisión Interamericana de Derechos Humanos. *Estándares para una Internet libre, abierta e incluyente*. 2017. Disponible en: <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1094&IID=2> fecha de consulta: 08 mayo 2025

⁸ Naciones Unidas. *Principios Globales de las Naciones Unidas para la Integridad de la Información, recomendaciones para la acción de las partes interesadas*. Disponible en: <https://www.un.org/es/information-integrity> fecha de consulta: 08 mayo 2025

RICARDO MONREAL ÁVILA
DIPUTADO FEDERAL

No obstante, la práctica cotidiana demuestra, que tales principios son con frecuencia vulnerados por grandes proveedores de servicios, que imponen cláusulas sin posibilidad de negociación, dificultan los mecanismos de cancelación o desconocen reclamaciones legítimas.

Uno de los fenómenos más recurrentes en este entorno digital es el cobro automático y recurrente de servicios contratados a través de plataformas digitales, donde con frecuencia el consentimiento del consumidor no es informado ni renovado de forma explícita.

Ello, tiene por consecuencia la afectación de los derechos de las personas consumidoras de bienes y servicios a través de medios tecnológicos y puede llegar incluso a dar lugar a conductas que vulneren la libre competencia, incurriendo incluso en prácticas oligopólicas.

Recientemente, se difundió de manera masiva a través de las redes sociales, el caso de una compañía de telecomunicaciones que, a través de una publicación realizada por dichos medios, informaba a las personas usuarias de sus servicios de internet, el cambio en las condiciones contractuales, lo que generó el descontento social y activó las instancias gubernamentales en defensa de las personas usuarias inconformes⁹.

Del mismo modo, hemos visto como en los últimos años, las compañías prestadoras de servicios que realizan cobros recurrentes de diversa periodicidad a través de medios tecnológicos aplican a las personas usuarias de estos servicios una serie de obstáculos cuando los particulares pretenden cancelar o dar de baja dichos servicios, convirtiéndolos en una especie de rehenes, afectando sus derechos como consumidores.

Si bien en nuestro país no existe registro que demuestre el número de casos en los que las personas usuarias sufren de este tipo de prácticas abusivas por parte de

⁹ Gobierno de México, Procuraduría Federal del Consumidor. *Profeco se reúne con Totalplay para atender problemática ante cambio de nuevo plan de consumo*. Comunicado de prensa, 03 abril 2025. Disponible en: <https://www.gob.mx/profeco/prensa/profeco-se-reune-con-totalplay-para-atender-problematica-ante-cambio-de-nuevo-plan-de-consumo> fecha de consulta: 08 mayo 2025.

¹⁰ Gobierno de México, Procuraduría Federal del Consumidor. *Profeco recuerda que quienes no estén de acuerdo con el nuevo plan de Totalplay, pueden seguir con su contrato original* Comunicado de prensa 07 abril 2025. Disponible en: <https://www.gob.mx/profeco/prensa/profeco-recuerda-que-quienes-no-estén-de-acuerdo-con-el-nuevo-plan-de-totalplay-pueden-seguir-con-su-contrato-original?state=published> fecha de consulta: 08 mayo 2025.

RICARDO MONREAL ÁVILA
DIPUTADO FEDERAL

grandes compañías globales y locales, estos han ido incrementando exponencialmente en los últimos años, no solo en nuestro territorio sino a nivel global.

Tal es el caso de los Estados Unidos de América, en donde existen diversos antecedentes de sanciones impuestas por la *Federal Trade Commission* (FTC) en contra de grandes compañías como lo son *Amazon*¹¹, *Adobe*¹² o *Uber*¹³, entre otras, por imponer cláusulas que obstaculicen la cancelación de suscripciones contratadas en ocasiones mediante prácticas engañosas.

Al respecto, *Chase*, institución de banca comercial perteneciente al gigante financiero *J.P. Morgan* publicó una encuesta en donde destaca como más de la mitad de las personas encuestadas reconocen que cancelar los cobros recurrentes les lleva en promedio tres meses¹⁴.

Es por ello que dicho órgano gubernamental, ha publicado una serie de recomendaciones para hacer frente a este tipo de prácticas con las que busca asesorar a las personas usuarias de este tipo de servicio sobre como cancelar las suscripciones de renovación automática¹⁵.

Asimismo, y debido al aumento de este tipo de casos en el país vecino del norte, la FTC promovió la norma "*Click-to-Cancel*" que tiene por objeto la implementación obligatoria de mecanismos simples para la cancelación inmediata de cargos por

¹¹ Federal Trade Commission. *FTC Takes Action Against Amazon for Enrolling Consumers in Amazon Prime Without Consent and Sabotaging Their Attempts to Cancel*. Comunicado de prensa, 21 junio 2023. Disponible en: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/06/ftc-takes-action-against-amazon-enrolling-consumers-amazon-prime-without-consent-sabotaging-their> fecha de consulta: 9 mayo 2025

¹² Federal Trade Commission. *FTC Takes Action Against Adobe and Executives for Hiding Fees, Preventing Consumers from Easily Cancelling Software Subscriptions*. Comunicado de prensa, 17 junio 2024. Disponible en: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2024/06/ftc-takes-action-against-adobe-executives-hiding-fees-preventing-consumers-easily-cancelling> fecha de consulta: 9 mayo 2025

¹³ Federal Trade Commission. *FTC Takes Action Against Uber for Deceptive Billing and Cancellation Practices*. Comunicado de prensa, 21 abril 2025. Disponible en: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2025/04/ftc-takes-action-against-uber-deceptive-billing-cancellation-practices> fecha de consulta: 09 mayo 2025.

¹⁴ Chase, Media Center. *Survey from Chase Reveals That Two-Thirds of Consumers Have Forgotten About At Least One Recurring Payment In The Last Year*. Abril 2021. Disponible en: <https://media.chase.com/news/survey-from-chase-reveals> Fecha de consulta: 9 mayo 2025.

¹⁵ Federal Trade Commission. *Getting In and Out of Free Trials, Auto-Renewals, and Negative Option Subscriptions*. Septiembre 2024. Disponible en: <https://consumer.ftc.gov/articles/getting-and-out-free-trials-auto-renewals-and-negative-option-subscriptions> fecha de consulta: 09 mayo 2025.

RICARDO MONREAL ÁVILA
DIPUTADO FEDERAL

parte de las compañías que ofrecen suscripciones y membresías de cobro recurrente¹⁶.

Por su parte, en nuestro país, las relaciones entre proveedores y consumidores, así como sus derechos y obligaciones se encuentran regulados en la Ley Federal de Protección al Consumidor que establece como principios básicos en las relaciones de consumo, entre otros, la información adecuada y clara sobre los diversos productos y servicios, así como la protección frente a las cláusulas y prácticas abusivas y contra métodos comerciales desleales¹⁷.

Dicho ordenamiento, prevé un capítulo específico para la regulación de las relaciones entre proveedores y consumidores en transacciones efectuadas haciendo uso de cualquier medio tecnológico, entre los que se destaca el derecho *a conocer toda la información sobre los términos, condiciones, costos, cargos adicionales, en su caso, formas de pago de los bienes y servicios ofrecidos por el proveedor*¹⁸

Adicionalmente a ello, el 26 de febrero de 2021 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo por el que se emite el Código de Ética en materia de Comercio Electrónico, que establece valores y principios de observancia general para los proveedores de comercio electrónico adheridos al mismo¹⁹

No obstante, de que se cuenta con un marco jurídico robusto en materia de protección de los derechos de las personas consumidoras, subsisten a pesar de ello, prácticas que lesionan la esfera jurídica de las personas contratantes de servicios, suscripciones y membresías de cobro recurrente.

Este tipo de prácticas, consistentes en la obstaculización de los procesos de cancelación de los servicios que se ofrecen mediante medios tecnológicos y que

¹⁶ Federal Trade Commission. *Federal Trade Commission Announces Final "Click-to-Cancel" Rule Making It Easier for Consumers to End Recurring Subscriptions and Memberships*. Comunicado de prensa, 16 octubre 2024. Disponible en: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2024/10/federal-trade-commission-announces-final-click-cancel-rule-making-it-easier-consumers-end-recurring> fecha de consulta: 9 mayo 2025.

¹⁷ Artículo 1, Ley Federal de Protección al Consumidor.

¹⁸ Artículo 76 Bis, fracción V. Ley Federal de Protección al Consumidor

¹⁹ Diario Oficial de la Federación. *ACUERDO por el que se emite el Código de Ética en materia de Comercio Electrónico*. 26 febrero 2021. Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5612351&fecha=26/02/2021#gsc.tab=0 fecha de consulta: 9 mayo 2025.



@RicardoMonrealA



@ricardomonreal



Ricardo Monreal

RICARDO MONREAL ÁVILA
DIPUTADO FEDERAL

conlleven un cobro recurrente, ha ido incrementándose en los últimos años. Sin embargo, es indispensable establecer un marco normativo robusto que imponga límites claros, proteja los datos personales y asegure que los usuarios puedan ejercer control pleno sobre las decisiones de los productos que consumen.

CONTENIDO DE LA INICIATIVA

La creciente dependencia de plataformas digitales para acceder a bienes y servicios ha generado nuevas dinámicas de consumo que, si bien ofrecen ventajas, también presentan riesgos asociados a la recopilación de datos, la opacidad en los términos contractuales y la limitada capacidad de los usuarios para ejercer sus derechos de forma efectiva.

En este sentido, con el objeto de proteger los derechos de las personas que se suscriben o contratan servicios o membresías cuyo cobro se realiza de manera recurrente a través de medios tecnológicos, se considera necesario realizar las siguientes modificaciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor:

Se propone la adición de una fracción VIII al artículo 76 Bis, con el objeto de establecer la obligación para los proveedores de este tipo de servicios, de informar de manera clara destacada y accesible, si el servicio contratado implica pagos automáticos recurrentes, además de informar de la misma manera, la periodicidad, el monto a cobrar y la fecha en la que se hará el cargo.

De la misma cuando alguna persona haya contratado algún servicio que implique el cobro automático recurrente, el proveedor del servicio deberá notificar a la persona consumidora, con al menos cinco días naturales de anticipación, la renovación automática del servicio, ello permitiendo realizar el trámite de cancelación, en caso de así decidirlo, con anticipación al cobro.

Asimismo, se adiciona una fracción IX al mismo ordenamiento con el objeto de establecer la obligación para el proveedor de establecer un mecanismo que, sin contravenir a las disposiciones contractuales que dan origen a la relación, permita la cancelación inmediata de los servicios contratados.

De esta manera, la propuesta que aquí se plantea, responde a la necesidad urgente de actualizar el marco legal vigente, garantizando que las personas consumidoras cuenten con herramientas claras para exigir sus derechos, especialmente en

RICARDO MONREAL ÁVILA
DIPUTADO FEDERAL

contextos de contratación y cancelación electrónica de suscripciones, membresías y servicios automatizados.

Con ello, se busca establecer obligaciones específicas para los proveedores de servicios digitales, asegurando prácticas justas, el acceso a información veraz y comprensible, así como mecanismos eficaces para la cancelación. Reafirmando así, el compromiso del Estado con la defensa de los derechos fundamentales en todos los ámbitos de la vida cotidiana.

CUADRO COMPARATIVO

Sin demérito de que ha quedado plenamente expuesto el objeto y motivación de las modificaciones planteadas, se presenta el siguiente cuadro comparativo para clarificar sus alcances:

Ley Federal de Protección al Consumidor	
Texto vigente	Propuesta de reforma
Artículo 76 Bis. ... I a VII. ... SIN CORRELATIVO	Artículo 76 Bis. ... I a VII. ... VIII. El proveedor deberá informar de forma clara, destacada y accesible si el servicio contratado implica pagos automáticos recurrentes, su periodicidad, monto, fecha de cobro. Cualquier cobro recurrente requerirá consentimiento expreso e informado del consumidor. Se deberá notificar al menos con cinco días naturales de anticipación la renovación automática del servicio,

RICARDO MONREAL ÁVILA
DIPUTADO FEDERAL

SIN CORRELATIVO	permitiendo su cancelación sin penalización. IX. EL proveedor deberá implementar un mecanismo que, sin contravenir a las disposiciones contractuales, permita a la persona consumidora cancelar el servicio, suscripción o membresía de manera inmediata.
-------------------------------	--

Con base en las razones expuestas y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 71, fracción II; y 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y por los artículos 6, numeral 1, fracción I y 77 del Reglamento de la Cámara de Diputados, someto a consideración de esta Asamblea la presente Iniciativa con proyecto de:

DECRETO POR EL QUE SE ADICIONAN LAS FRACCIONES VIII Y IX AL ARTÍCULO 76 BIS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, en materia de cancelación de suscripciones y membresías con cobro recurrente

Artículo Único. Se adicionan las fracciones VIII y IX al artículo 76 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor para quedar como sigue:

Artículo 76 Bis. ...

I a VII. ...

VIII. El proveedor deberá informar de forma clara, destacada y accesible si el servicio contratado implica pagos automáticos recurrentes, su periodicidad, monto, fecha de cobro.

**RICARDO MONREAL ÁVILA
DIPUTADO FEDERAL**

Cualquier cobro recurrente requerirá consentimiento expreso e informado del consumidor. Se deberá notificar al menos con cinco días naturales de anticipación la renovación automática del servicio, permitiendo su cancelación sin penalización.

IX. EL proveedor deberá implementar un mecanismo que, sin contravenir a las disposiciones contractuales, permita a la persona consumidora cancelar el servicio, suscripción o membresía de manera inmediata

DISPOSICIONES TRANSITORIAS.

ÚNICO. El presente decreto entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Salón de Sesiones de la Cámara de Diputados, a los 17 días del mes de septiembre del año 2025

Suscribe

Diputado Ricardo Monreal Ávila.



@RicardoMonrealA



@ricardomonreal



Ricardo Monreal

morena

Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, LXVI Legislatura**Junta de Coordinación Política**

Diputados: Ricardo Monreal Ávila, presidente; José Elías Lixa Abimerhi, PAN; Carlos Alberto Puente Salas, PVEM; Reginaldo Sandoval Flores, PT; Rubén Ignacio Moreira Valdez, PRI; Ivonne Aracely Ortega Pacheco, MOVIMIENTO CIUDADANO.

Mesa Directiva

Diputados: Kenia López Rabadán, presidenta; vicepresidentes, Sergio Carlos Gutiérrez Luna, MORENA; Paulina Rubio Fernández, PAN; Raúl Bolaños-Cacho Cué, PVEM; secretarios, Julieta Villalpando Riquelme, MORENA; Alan Sahir Márquez Becerra, PAN; Nayeli Arlen Fernández Cruz, PVEM; Magdalena del Socorro Núñez Monreal, PT; Fuensanta Guadalupe Guerrero Esquivel, PRI; Laura Irais Ballesteros Mancilla, MOVIMIENTO CIUDADANO.

Secretaría General**Secretaría de Servicios Parlamentarios****Gaceta Parlamentaria de la Cámara de Diputados**

Director: Juan Luis Concheiro Bórquez, **Edición:** Casimiro Femat Saldívar, Ricardo Águila Sánchez, Antonio Mariscal Pioquinto.

Apoyo Documental: Dirección General de Proceso Legislativo. **Domicilio:** Avenida Congreso de la Unión, número 66, edificio E, cuarto nivel, Palacio Legislativo de San Lázaro, colonia El Parque, CP 15969. Teléfono: 5036 0000, extensión 54046. **Dirección electrónica:** <http://gaceta.diputados.gob.mx/>