



PODER LEGISLATIVO DEL ESTADO DE
BAJA CALIFORNIA
XXV LEGISLATURA

DEPENDENCIA: Congreso del Estado

SECCIÓN: Diputados

OFICIO No. JC/102/26

384

DIP. LILIANA MICHEL SÁNCHEZ ALLENDE
PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA DEL
H. CONGRESO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
P R E S E N T E.-



Anteponiendo un cordial saludo, me dirijo a Usted para solicitarle de la manera más atenta gire las instrucciones necesarias a quien corresponda, para que sea incluida en el orden del día de Sesión de Pleno a celebrarse el día 26 de febrero del año 2026, la presente

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA UN INCISO AL ARTÍCULO 90 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, EN MATERIA DE PROHIBICIÓN DEL CONDICIONAMIENTO DEL SERVICIO AL CONSENTIMIENTO PARA EL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES.

La reforma busca garantizar que el consentimiento para finalidades mercadotécnicas, publicitarias o de transferencia a terceros no indispensables sea verdaderamente libre y opcional, evitando prácticas que generen desequilibrio contractual y protegiendo de manera efectiva los derechos de las personas consumidoras en el marco de los contratos de adhesión.

Agradeciendo de antemano la atención que le brinde a la presente, quedo de Usted como su atento y seguro servidor.



PODER LEGISLATIVO DEL ESTADO DE
BAJA CALIFORNIA
XXV LEGISLATURA

ATENTAMENTE
Mexicali, B.C. a 24 de febrero de 2026

24 FEB 2026

DESPA

DIP. JAIME CANTÓN

DIP. JAIME EDUARDO CANTÓN ROCHA

INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO
DEL PARTIDO MORENA

DIP. LILIANA MICHEL SÁNCHEZ ALLENDE
PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA DEL
H. CONGRESO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
P R E S E N T E.-

El suscrito, **Diputado Jaime Eduardo Cantón Rocha** a nombre propio y en representación del Grupo Parlamentario de **MORENA**, en uso de la facultad que confiere lo dispuesto por los artículos 27 fracción I y 28 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Baja California, así como los artículos 110 fracción I, 112, 115 fracción I, 116, 117, 160, 161 y demás relativos y aplicables de la Ley Orgánica del Poder Legislativo, someto a consideración de la XXV Legislatura del Congreso del Estado, la presente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA UN INCISO AL ARTÍCULO 90 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, EN MATERIA DE PROHIBICIÓN DEL CONDICIONAMIENTO DEL SERVICIO AL CONSENTIMIENTO PARA EL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES**, al tenor de la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. Marco Constitucional

La protección de las personas consumidoras no es un tema menor ni accesorio. Es una obligación prevista en el artículo 28 constitucional y desarrollada en la Ley Federal de Protección al Consumidor, que ordena a la ley proteger a los consumidores y propiciar su organización para el mejor cuidado de sus intereses.

Sin embargo, muchas veces existe una diferencia importante entre lo que la ley establece y lo que realmente ocurre en el mercado.

Hoy los servicios de telefonía móvil y datos no son un lujo. Son herramientas básicas para trabajar, estudiar, realizar trámites, comunicarnos e incluso acceder a servicios bancarios y gubernamentales. En términos reales, quedarse sin línea telefónica significa quedar fuera de una parte importante de la vida cotidiana. Por esa importancia, las empresas proveedoras de telecomunicaciones tienen una posición de ventaja frente al consumidor. Se trata de contratos de adhesión: el usuario no negocia condiciones, simplemente acepta o se queda sin servicio, y se limita a aceptar condiciones preestablecidas de manera unilateral por el proveedor.

En este contexto, la libertad contractual no puede interpretarse como una herramienta que legitime la imposición de cláusulas desproporcionadas o abusivas. El principio de autonomía de la voluntad encuentra límites en el orden público, el interés social y la protección de la parte débil en la relación jurídica.

En este contexto se han hecho públicas denuncias respecto de prácticas en las que, al momento de contratar el servicio con empresas de telecomunicaciones, se exige al consumidor firmar un aviso de privacidad que no solo autoriza el uso de datos personales para la prestación del servicio, sino también para fines publicitarios, mercadotécnicos y para su transferencia a terceros, incluso instituciones financieras.

El problema no radica en que exista un aviso de privacidad, sino en que el acceso al servicio pueda quedar condicionado a aceptar el uso de datos para fines que no son indispensables para la ejecución del contrato.

En otras palabras, si el consumidor no autoriza el uso de sus datos con fines comerciales, no obtiene el servicio.

Negar el acceso a estos servicios bajo condiciones contractuales que impliquen la renuncia forzada a derechos vinculados con la privacidad y protección de datos personales constituye una forma indirecta de coacción económica.

El artículo 6° constitucional reconoce el derecho a la protección de datos personales, estableciendo que toda persona tiene derecho a la protección de sus datos personales, al acceso, rectificación y cancelación de los mismos, así como a manifestar su oposición en los términos que fije la ley.

Asimismo, el artículo 16 constitucional dispone que toda persona tiene derecho a la protección de sus datos personales y que su tratamiento deberá sujetarse a principios de licitud, consentimiento, información, calidad, finalidad, lealtad, proporcionalidad y responsabilidad.

De esta manera, el consentimiento para el tratamiento de datos personales debe reunir las siguientes características:

- Libre
- Específico
- Informado
- Inequívoco

Cuando el otorgamiento del consentimiento se convierte en requisito obligatorio para acceder a un servicio esencial, deja de ser libre y se transforma en un consentimiento viciado por presión económica.

II. Problemática Detectada

En el mercado de telecomunicaciones, diversos proveedores operan mediante contratos de adhesión que incluyen avisos de privacidad amplios, mediante los cuales el consumidor:

- Autoriza el uso de sus datos para fines mercadotécnicos
- Permite la transferencia de información a terceros
- Consiente el análisis de información proveniente de redes sociales o fuentes públicas

Lo preocupante no es la existencia del aviso de privacidad en sí mismo, sino el hecho de que el acceso al servicio pueda quedar condicionado a la aceptación de finalidades secundarias, particularmente aquellas de carácter publicitario o de explotación comercial de datos.

Si el consumidor se niega a autorizar tales tratamientos, se le impide contratar el servicio. Este supuesto encuadra en la figura de condicionamiento del consumo, prohibida por la Ley Federal de Protección al Consumidor en sus artículos 10, 43 y 58.

No obstante, la redacción actual de dichos preceptos no menciona de manera expresa el condicionamiento relacionado con el consentimiento para tratamiento de datos personales, lo cual ha generado un margen interpretativo que dificulta la aplicación efectiva de sanciones.

III. Insuficiencia Normativa

El artículo 10 prohíbe prácticas comerciales coercitivas y cláusulas abusivas, pero no tipifica expresamente la imposición de consentimiento para fines mercadotécnicos como condición de acceso al servicio.

El artículo 43 establece que no puede condicionarse la venta o prestación a la adquisición de otro producto o servicio; sin embargo, la explotación comercial de datos personales no se configura formalmente como un “producto adicional”, sino como una condición contractual accesoria, lo que permite su simulación jurídica.

El artículo 58 prohíbe el condicionamiento del consumo y la discriminación en la prestación de servicios al público en general, pero nuevamente no desarrolla el supuesto específico relativo a datos personales.

Esta omisión técnica permite que el condicionamiento opere bajo la apariencia de formalidad contractual.

IV. Protección de la Autodeterminación Informativa

La autodeterminación informativa implica la facultad de toda persona para decidir sobre el uso y destino de su información personal.

Permitir que el acceso a servicios esenciales dependa de autorizar la explotación comercial de datos personales genera una forma moderna de coerción: el intercambio forzado entre privacidad y conectividad.

En una actualidad digitalizada, negar el acceso a telecomunicaciones por negarse a ceder datos para fines publicitarios equivale a restringir el acceso a un espacio básico de interacción social.

La protección al consumidor debe adaptarse a esta nueva realidad tecnológica.

V. Justificación de la Reforma

La presente iniciativa propone:

- Establecer expresamente que constituye práctica coercitiva condicionar la prestación de un servicio al consentimiento para tratamiento de datos con fines mercadotécnicos

- Declarar la nulidad de pleno derecho de cláusulas que impongan dicho condicionamiento
- Precisar que la negativa del consumidor a autorizar fines publicitarios no podrá ser causa para negar el servicio
- Reconocer que el condicionamiento del consentimiento en materia de datos personales constituye una forma específica de condicionamiento del consumo

Con ello se elimina cualquier ambigüedad interpretativa y se fortalece la tutela efectiva del consumidor.

VI. Impacto Social

La reforma:

- Fortalece la seguridad jurídica.
- Protege la privacidad.
- Desincentiva modelos de negocio basados en la explotación forzada de datos.
- Refuerza la confianza en el mercado.
- Equilibra la relación proveedor-consumidor.

No se prohíbe el tratamiento de datos con fines publicitarios; únicamente se prohíbe que dicho consentimiento sea condición obligatoria para acceder al servicio.

La libertad empresarial subsiste, pero dentro de límites compatibles con los derechos fundamentales.

VII. Conclusión

La evolución tecnológica exige que el derecho del consumidor evolucione con la misma velocidad. El acceso a servicios de telecomunicaciones no puede convertirse en un mecanismo de presión para obtener autorizaciones amplias e indiscriminadas sobre datos personales.

El consentimiento debe ser libre o no será consentimiento. El mercado debe servir a las personas, no instrumentalizarlas.

Por todo lo anterior, se somete a consideración la presente iniciativa, convencidos de que fortalecer la protección del consumidor es fortalecer el Estado constitucional de derecho. A continuación se presenta un cuadro comparativo con la propuesta legislativa:

TEXTO VIGENTE	TEXTO PROPUESTO
ARTÍCULO 90.- No serán válidas y se tendrán por no puestas las siguientes cláusulas de los contratos de adhesión ni se inscribirán en el registro cuando: I. (...) VI. Sin correlativo	ARTÍCULO 90.- No serán válidas y se tendrán por no puestas las siguientes cláusulas de los contratos de adhesión ni se inscribirán en el registro cuando: I. (...) VI. VII. Condicionen la prestación de un servicio o la celebración del contrato al otorgamiento del consentimiento del consumidor para el tratamiento de sus datos personales con finalidades distintas a aquellas estrictamente necesarias para la ejecución del contrato o la prestación del servicio.

Por lo anteriormente expuesto y con fundamento en los artículos 27 fracción I y 28 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Baja California, así como los artículos 110 fracción I, 112, 115 fracción I, 116, 117, 160, 161 de la Ley Orgánica del Poder Legislativo, me permito someter a la consideración de la XXV Legislatura del Congreso del Estado la presente iniciativa con proyecto de:

DECRETO

ÚNICO .- Iniciativa por la que se reforma el artículo 90 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar como sigue:

ARTÍCULO 90.- No serán válidas y se tendrán por no puestas las siguientes cláusulas de los contratos de adhesión ni se inscribirán en el registro cuando:

I.

(...)

VI.

VII. Condicionen la prestación de un servicio o la celebración del contrato al otorgamiento del consentimiento del consumidor para el tratamiento de sus datos personales con finalidades distintas a aquellas estrictamente necesarias para la ejecución del contrato o la prestación del servicio.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- El presente Decreto entrará en vigor a los noventa días naturales siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO.- Los proveedores que celebren contratos de adhesión deberán adecuar sus modelos contractuales registrados ante la autoridad competente dentro del plazo previsto en el artículo anterior.

TERCERO.- Las cláusulas que contravengan lo dispuesto en el presente Decreto se tendrán por no puestas a partir de su entrada en vigor, aun cuando formen parte de contratos celebrados con anterioridad.

ATENTAMENTE



JAIME EDUARDO CANTÓN ROCHA
Integrante del Grupo Parlamentario
del Partido MORENA