INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PROTECCIÓN Y DEFENSA AL USUARIO DE SERVICIOS FINANCIEROS, DE LA LEY PARA LA TRANSPARENCIA Y ORDENAMIENTO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS Y DE LA LEY PARA REGULAR LAS INSTITUCIONES DE TECNOLOGÍA FINANCIERA EN MATERIA DE PROHIBICIÓN PRÁCTICAS ENGAÑOSAS DE DISEÑO DIGITAL Y PROTECCIÓN DE USUARIOS VULNERABLES EN SERVICIOS FINANCIEROS

El suscrito, **Diputado Ricardo Monreal Ávila**, 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 el artículo 55, fracción II del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, someto a consideración de esta soberanía la presente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PROTECCIÓN Y DEFENSA AL USUARIO DE SERVICIOS FINANCIEROS, DE LA LEY PARA LA TRANSPARENCIA Y ORDENAMIENTO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS Y DE LA LEY PARA REGULAR LAS INSTITUCIONES DE TECNOLOGÍA FINANCIERA** en materia de prohibición de prácticas engañosas de diseño digital y protección de usuario vulnerable en servicios financieros, al tenor de la siguiente:

I. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1. El problema

1.1 Las prácticas engañosas en las plataformas financieras digitales como problema actual

De acuerdo con los datos de 2023, México contaba con 97 millones de usuarios de internet –equivalentes al 81.2% de la población de seis años o más[1]– y un ecosistema *Fintech* que, con datos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID),[2] posicionaron al país como el segundo mercado de tecnología financiera más grande de América Latina, con más de 650 empresas en operación. Esta expansión democratizó el acceso al crédito, al ahorro y a los pagos digitales, beneficiando especialmente a sectores históricamente excluidos del sistema financiero formal.

Sin embargo, esta transformación trajo consigo un fenómeno que amenaza la integridad del consentimiento financiero con los llamados *dark patterns* o patrones oscuros de diseño.[3] Se trata de técnicas deliberadas de diseño de interfaz de usuario —botones camuflados, lenguaje confuso, flujos de cancelación laberínticos, preselección de opciones onerosas, contadores de urgencia artificiales, costos ocultos revelados al momento del pago y consentimientos obtenidos por omisión— cuyo propósito expreso es inducir al usuario a tomar decisiones que no habría adoptado de haber contado con información clara y un diseño neutral.

En otras palabras, los *dark patterns* tienen por objetivo engañar la decisión del usuario, mediante una combinación de diseño gráfico, marketing y psicología para **explotar sesgos cognitivos** y emociones negativas (como el miedo o la culpa), con el fin de beneficiar a la empresa que ofrece el servicio a costa de la autonomía del usuario. La regulación de estas prácticas es particularmente necesaria para los usuarios en el

---

[1] INE, *Encuesta Nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares (ENDUTIH) 2023*, México, INE, 13 de junio de 2024, *https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/ENDUTIH/ENDUTIH_23.pdf.*

[2] Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Fintech en América Latina y el Caribe: un ecosistema consolidado para la recuperación, Washington, D.C., 2023.

[3] *At a glance. Digital issues in focus, https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2025/767191/EPRS_ATA(2025)767191_EN.pdf.* El término *dark patterns* fue acuñado por el diseñador británico Harry Brignull para referirse a las **técnicas poco éticas de diseño digital que inducen a error o aprovechan los sesgos de los usuarios.** Plaza, Jose Óscar y Zambrana, Marga, "'Dark patterns': las trampas digitales que condicionan nuestras decisiones diarias", Todo Comunica, España, Universidad Oberta de Cataluña, 6 de noviembre de 2024, *https://blogs.uoc.edu/comunicacio/es/diseno-dark-patterns-patrones-oscuros/.*

contexto financiero porque sus consecuencias no son reversibles de manera inmediata; un crédito contratado mediante engaño, una suscripción activada por omisión, o una autorización de cargo recurrente obtenida a través de un flujo de consentimiento confuso, puede traducirse en sobreendeudamiento, deterioro del historial crediticio, pérdida patrimonial o exclusión financiera.

En efecto, existe un relativo consenso para clasificar las consecuencias negativas de estas prácticas en, a saber[4]:

1. Distorsión del comportamiento de los consumidores: se les induce a comprar más de lo que quieren y a precios más altos, pues en la práctica se cancela la comparación de alternativas.

2. Restricción o distorsión de la competencia: las empresas con atributos de bienes o servicios que no benefician a los consumidores. Ejemplo de ello es cuando una aerolínea ofrece un costo de vuelo inicialmente barato pero el precio final termina siendo más alto por otros conceptos que se añadieron durante el proceso.

3. Fortalecimiento de posición dominante: Ciertos agentes económicos alcanzan dicho estatus con estas prácticas. Por ejemplo, usuarios desisten de cancelar suscripciones por los procedimientos confusos.

1.2 Diagnóstico nacional y estado de los usuarios financieros digitales en México

[4] Gorab, Daniela, "Los patrones oscuros y su efecto en los consumidores: nueva evidencia empírica", *Centro de Competencia*, Chile, 2024, *https://centrocompetencia.com/patrones-oscuros-efecto-consumidores-nueva-evidencia-empirica/*.

La Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2024,[5] elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), reveló que si bien el porcentaje de adultos con algún producto financiero formal en 2024 alcanzó el 76.5%, la comprensión de los términos y condiciones de dichos productos es significativamente baja, apenas el 23% de los titulares de créditos formales declaró leer el contrato antes de firmar.[6] En productos digitales, donde los contratos de adhesión se presentan exclusivamente en pantalla y el consentimiento se presta mediante un clic, estos porcentajes son presumiblemente menores.

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) recibió en 2022 un total de 554,026 mecanismos de asesoría o reclamaciones de defensa, de las cuales más del el 25% correspondía a información sobre servicios financieros y 41% a cargos no reconocidos y productos financieros no solicitados.[7] Estas cifras expresan un problema público de constante presencia de información que pueda engañar o confundir a los consumidores. Una de las causas de este problema se encuentra en un marco legal que fue diseñado para la economía financiera analógica y que no ha incorporado los mecanismos de protección que hoy en día exige el entorno digital.

El fenómeno del estrés con relación al sobreendeudamiento por productos digitales tiene un impacto directo en la población, de acuerdo con las estadísticas disponibles, afecta hasta un 36.9% de la sociedad. En términos desagregados, tiene mayores efectos negativos en jóvenes de entre 18 y 29 años, así como en adultos mayores de 60 años que acceden a servicios financieros digitales a través de programas de transferencia

---

[5] INEGI, *Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2024*, México, Comisión Nacional Bancaria y de Valores, 2024, *https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enif/2024/doc/enif_2024_resultados.pdf*.

[6] Nelli, S., *La mayoría de las personas en realidad nunca leen los términos y condiciones, pero es un riesgo de datos importante. Entrepreneur En Espanol*, 3 de marzo de 2022, *https://spanish.entrepreneur.com/finanzas/la-mayoria-de-las-personas-en-realidad-nunca-leen-los/421340*.

[7] Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), *Estadísticas de reclamaciones del sistema financiero 2022*, Ciudad de México, 2023.

gubernamental. Incluso, se tiene registro de que, en 2023, el 30% de la población había tenido problemas para cubrir sus gastos.[8] También, respecto a la alfabetización financiera en México, se sabe que los consumidores mexicanos alcanzaron una calificación de 65.8 puntos.[9]

Sobre el tema, la CONDUSEF ha enlistado una serie de "trucos" frecuentes utilizados por las empresas digitales. A saber[10]:

1. Acciones furtivas: Se busca engañar al consumidor a través de la adición de productos sin su consentimiento o el cobro de suscripciones ocultas.

2. Pruebas sociales: El objetivo es influir en los consumidores con base en la descripción de experiencias, es decir, hacer referencias a testimonios inciertos, número de visitas. El ejemplo más común es, quizá, cuando aparecen mensajes de este tipo "otras 65 personas han visto este producto en las últimas 24 horas".

3. Urgencia: Las plataformas imponen un tiempo límite para acceder a ofertas, lo que acelera la toma de decisiones de los consumidores. Esta inadecuada práctica consiste en no especificar fechas de cierre de las promociones o agregar relojes con mensajes que indican la pérdida del descuento si no se realiza la compra.

4. Escasez: Se indica a los consumidores que el producto está en cantidades limitadas. Ejemplo de ello es el mensaje "¡sólo quedan tres de estos abrigos!"

5. Desviar la atención o causar desorientación: Las plataformas buscan disuadir las decisiones particulares mediante preguntas capciosas o la preselección de productos más costosos.

---

[8] *Condusef contenido*, 2023, *https://www.condusef.gob.mx/?p=contenido&idc=2448&idcat=1.*
[9] *Alfabetización financiera en México*, México, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Comisión Nacional Bancaria y de Valores, marzo de 2019, *https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/613908/01_Indice_de_Alfabetizacion.pdf.*
[10] Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, "¿Vas a comprar por internet?", *Gobierno de México*, México, 2021, *https://www.gob.mx/condusef/articulos/112328*

6. Obstrucción: Sucede cuando el ingreso a un sitio o plataforma digital es fácil pero su salida posee trabas. Por ejemplo, con mensajes que buscan dirigir a otros canales "la única forma de cancelar la membresía de renovación automática es llamar al servicio de atención al cliente".

7. Confirmashaming: Se usa un lenguaje diseñado para culpar o avergonzar al consumidor, tales como "No gracias, no quiero un 10% de descuento y productos gratis" o "No, gracias, prefiero pagar el precio completo".

8. Acciones forzadas: se obliga a los usuarios a completar una acción ajena a la cuestión principal y buscada por el consumidor. Los ejemplos más comunes son el registro forzoso de cuenta o la suscripción a boletines.

1.3 Vacíos del marco jurídico vigente

El ordenamiento mexicano **carece de una definición legal de los patrones oscuros** (*dark patterns*) y **no establece obligaciones específicas de diseño de interfaces para los prestadores de servicios financieros digitales**. Así, la *Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros* (LPDUSF) contiene disposiciones generales de transparencia e información, sin embargo, **no contempla el entorno digital como ámbito regulatorio autónomo.**

La *Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros* (LTOSF) establece obligaciones de revelación de tasas y comisiones, pero **no impone condiciones sobre el diseño de los flujos de contratación digital**. Por su parte, la *Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera* (Ley Fintech) regula los servicios financieros digitales, otorga a la CNBV y al Banco de México facultades regulatorias sobre las Instituciones de Tecnología Financiera; no obstante, su articulado **no aborda el diseño de experiencia de usuario como dimensión regulable**.

De acuerdo con ésta última, en caso de inconformidad, los usuarios pueden acudir a la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), la cual cuenta con facultades sancionadoras; sin embargo, **carece de atribuciones explícitas para auditar y ordenar modificaciones a interfaces digitales**. De igual modo, las disposiciones de carácter general de la CONDUSEF, en materia de transparencia, no establecen parámetros técnicos para el diseño de botones de contratación, flujos de cancelación o gestión del consentimiento digital.

Esta brecha normativa deja a millones de usuarios sin protección frente a prácticas que, si bien pueden constituir publicidad engañosa en términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, no son reguladas específicamente por el sector financiero con las especificidades que ese sector demanda.

Si bien la *Ley Federal de Protección al Consumidor* contempla figuras relacionadas con la publicidad engañosa o abusiva, su configuración responde a una lógica general de protección comercial que no incorpora las particularidades técnicas, asimetrías de información y riesgos patrimoniales propios del sistema financiero o las prácticas de diseño engañoso. Desde una perspectiva de racionalidad legislativa, la ausencia de reglas específicas impide dotar de certeza jurídica tanto a usuarios como a autoridades supervisoras, pues deja amplios márgenes de interpretación respecto de conductas digitales que inducen decisiones financieras mediante mecanismos de presión, ocultamiento o prácticas engañosas. Por lo que, la aplicación de una sanción tiene un amplio margen de discrecionalidad que puede derivar en que determinadas prácticas se sigan cometiendo.

En términos de cumplimiento legal, esta dispersión normativa dificulta la fiscalización y debilita la capacidad sancionatoria del Estado, ya que las conductas pueden ubicarse en zonas grises donde no existe una tipificación clara. Una legislación adecuada no sólo debe existir formalmente, sino estructurarse de manera coherente, precisa y funcional respecto del problema público que pretende resolver; de lo contrario, el ordenamiento

pierde eficacia práctica y capacidad de orientar conductas en sectores altamente especializados como el financiero digital.

En síntesis, las causas de la problemática encuentran sentido en la falta de regulación especifica al entorno digital que permita contar con diseños éticos y transparencia en interfaces digitales. Por otro lado, la falta de sanciones y de un marco legal que permita limitar estas prácticas generan incentivos económicos en las instituciones financieras para utilizar estos mecanismos y maximizar sus ingresos. Además, el problema se profundiza con las asimetrías de información y la baja alfabetización digital que dificultan identificar prácticas engañosas.

Los efectos negativos van desde la vulneración del consentimiento libre e informado de las personas usuarias, hasta la persistencia de prácticas de consumo engañoso, y contrataciones involuntarias o bajo un consentimiento viciado. En suma, estas consecuencias negativas deterioran la confianza en el comercio electrónico y en los servicios digitales.

1.4 Fundamento constitucional, convencional y de derechos humanos para regular las prácticas de diseño engañoso

El artículo primero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece el principio pro persona y ordena la interpretación más favorable a los derechos humanos en los conflictos normativos que les sean aplicables. A su vez, el artículo 25 constitucional reconoce el papel rector del Estado en el desarrollo nacional con criterios de competitividad, sustentabilidad y pleno empleo. En tanto que el artículo 28 prohíbe los monopolios y las prácticas monopólicas, y garantiza la libre competencia como mecanismo de protección indirecta a los usuarios de servicios financieros.

En conjunto, dichos preceptos constitucionales fundamentan la obligación del Estado de intervenir para equilibrar las asimetrías estructurales que el mercado financiero digital

genera en perjuicio de los grupos con menor capacidad de defensa, lo cual se verifica mediante los parámetros de constitucionalidad y convencionalidad, siguiendo los principios rectores de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad en materia de protección a derechos.

El Comité de los Derechos del Niño de la ONU, en su Observación General número 25 de 2021 sobre los derechos de la infancia en el entorno digital, instó a los Estados a proteger a niñas, niños y adolescentes frente a técnicas de diseño que engañan entornos digitales, incluyendo las aplicaciones financieras.[11]

La Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores —ratificada por México[12]— obliga a los Estados a adoptar medidas para garantizar el acceso de las personas mayores a servicios sin discriminación y con condiciones de seguridad. Por otro lado, la Agenda 2030 de la ONU estableció en su meta 8.10 el objetivo de ampliar el acceso a los servicios bancarios y financieros con criterios de equidad.[13]

La protección del usuario vulnerable no constituye una medida paternalista ni una restricción a la autonomía individual; es una herramienta de diseño incluyente que garantiza que el ejercicio de esa autonomía sea real y no meramente formal.[14] Su precedente se encuentra en las normas de accesibilidad web (WCAG 2.1)[15] reconocida

---

[11] Comité de los Derechos del Niño, Naciones Unidas, "Observación General No. 25 relativa a los derechos de los niños en relación con el entorno digital (CRC/C/GC/25)", 2 de marzo de 2021, *https://www-right--to--education-org.translate.goog/resource/general-comment-no-25-2021-children-s-rights-relation-digital-environment?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=wa.*

[12] Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores, adoptada en Washington, D.C., el 15 de junio de 2015, *https://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/tratados_multilaterales_interamericanos_a-70_derechos_humanos_personas_mayores.pdf*

[13] *México, SIODS, Sistema de Información de los Objetivos de Desarrollo Sostenible*, Agenda2030, *https://agenda2030.mx/ODSGoalSelected.html?ti=T&cveArb=ODS0080&goal=0&lang=es#/ind.*

[14] *¿Por qué hablar sobre la vulnerabilidad financiera?, FAIR, Tecnológico de Monterrey*, 2024, *https://fair.tec.mx/es/divulgacion/vulnerabilidad-financiera.*

[15] World Wide Web Consortium (W3C), *Pautas de accesibilidad para el contenido web (WCAG) 2.1*, 6 de mayo de 2025, *https://www-w3-org.translate.goog/TR/WCAG21/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc.*

internacionalmente, en las guías de diseño inclusivo de la ISO 9241-110 y en las políticas de *Financial Inclusion* promovidas por el Grupo Banco Mundial.

II. DERECHO COMPARADO

2.1 El fenómeno internacional: cómo el mundo regula los *dark patterns*

La respuesta regulatoria frente a los *dark patterns* en el ámbito financiero digital ha sido consistente y creciente en las jurisdicciones más avanzadas. Su tratamiento normativo constituye hoy un estándar emergente de protección al consumidor digital que México tiene la obligación de incorporar si aspira a una integración competitiva en la economía digital global.

En la **Unión Europea**, el Reglamento de Servicios Digitales (*Digital Services* Act, Reglamento UE 2022/2065) prohíbe expresamente el uso de interfaces engañosas que distorsionen o subviertan la autonomía del usuario, estableciendo que las plataformas no pueden diseñar, organizar ni hacer funcionar sus interfaces de manera que engañen a los destinatarios del servicio.[16]

El Reglamento de Mercados Digitales (*Digital Markets Act*) refuerza esta prohibición para los guardianes de acceso.[17] En **Estados Unidos**, *The Federal Trade Commission* (FTC) publicó en 2022 su informe '*Bringing Dark Patterns to Light*',[18] en el que identificó más de 18 categorías de *dark patterns* en plataformas digitales y anunció una postura de

[16] Unión Europea, Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a un mercado único de servicios digitales, 19 de octubre de 2022, *https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2022-81573.*

[17] Unión Europea, Reglamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital, 14 de septiembre de 2022, *https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2022-81470.*

[18] Federal Trade Commission (FTC), *Bringing Dark Patterns to Light. Staff Report*, Washington, D.C., septiembre de 2022.

aplicación activa del artículo 5 de la FTC Act —que prohíbe prácticas desleales o engañosas— frente a estas conductas.

El **Reino Unido**, a través de la *Competition and Markets Authority* (CMA)[19] y la *Information Commissioner's Office* (ICO), publicó en 2023 lineamientos vinculantes que definen los *dark patterns* como diseño que lleva a los usuarios a opciones que no habrían elegido de manera consciente, y los cataloga como violaciones a la normativa de competencia y protección de datos.

Australia, por su parte, a través de la *Australian Competition and Consumer Commission* (ACCC), ha iniciado procedimientos de *enforcement* específicos en el sector *fintech*.

La **OCDE**, en su documento *'Dark Commercial Patterns'* (2022)[20], recomendó a sus países miembros —entre ellos México— adoptar marcos regulatorios específicos que incluyan: definición legal de las prácticas prohibidas, obligaciones de diseño positivo, mecanismos de supervisión con facultades para auditar interfaces digitales, y sanciones disuasorias. El **Grupo de los Veinte** (G20), en su marco de Inclusión Financiera Digital, identificó los *dark patterns* como una de las principales amenazas a la confianza en el ecosistema *fintech*.

En ese sentido, la presente iniciativa se inscribe en la política pública de protección al consumidor financiero como mandato constitucional y en las mejores prácticas regulatorias. **La ausencia de una regulación específica sobre diseño de interfaces financieras ha creado un espacio de impunidad en el que las plataformas pueden extraer consentimientos viciados con plena cobertura formal**, dado que el usuario

---

[19] Information Commissioner's Office y Competition and Markets Authority, *Harmful Design in Digital Markets: How Online Choice Architecture practices can undermine consumer choice and control over personal information*.Londres, *https://www.drcf.org.uk/siteassets/drcf/pdf-files/harmful-design-in-digital-markets-ico-cma-joint-position-paper.pdf?v=380506*.

[20] Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), "Dark Commercial Patterns", *OECD Digital Economy Papers*, núm. 336, octubre de 2022, *https://www.oecd.org/en/publications/dark-commercial-patterns_44f5e846-en.html*.

'aceptó' términos que en la práctica no tuvo oportunidad de comprender ni rechazar. Colmar ese vacío es una exigencia de congruencia normativa y de respeto a la dignidad del usuario como sujeto de derechos y no como fuente de ingresos captivos.

Al definir con precisión qué constituye un *dark pattern* y qué obligaciones de diseño son exigibles, se elimina la ambigüedad que hoy impide tanto la aplicación consistente de las normas vigentes como el cumplimiento voluntario por parte de las instituciones. Las empresas que operan con buenas prácticas se benefician de reglas claras que nivelaron el terreno de competencia frente a quienes lucran de la confusión. La regulación de interfaces digitales es, en este sentido, una política de competencia tanto como una política de protección al consumidor.

Por ello, resulta necesaria una reforma que establezca de manera expresa responsabilidades para las entidades financieras respecto del diseño de interfaces digitales, debido a que las actuales disposiciones jurídicas fueron concebidas para modelos tradicionales de contratación y publicidad, sin prever mecanismos tecnológicos capaces de influir de forma determinante en la voluntad del usuario.

La evolución de los servicios financieros hacia entornos digitales ha trasladado buena parte de la toma de decisiones a interfaces diseñadas mediante arquitectura conductual, algoritmos y flujos de navegación que pueden inducir contrataciones, consentimientos o aceptación de condiciones bajo esquemas de presión, confusión o asimetría informativa.

En ausencia de una regulación específica, las autoridades enfrentan dificultades para identificar con precisión las obligaciones de prevención, transparencia y diligencia que corresponden a las instituciones financieras. Mantener un vacío regulatorio sobre el diseño digital genera indeterminación jurídica y reduce la posibilidad de cumplimiento efectivo, pues las prácticas engañosas quedan sujetas a interpretaciones extensivas de normas generales que no fueron diseñadas para ese contexto tecnológico.

La reforma permitiría establecer parámetros objetivos sobre consentimiento informado, accesibilidad, neutralidad en la presentación de opciones, prohibición de mecanismos

engañosos y deberes de diseño responsable, Asimismo, dotaría al sistema financiero de reglas para delimitar responsabilidades administrativas y evitar prácticas que afecten el patrimonio y la libertad de decisión de los usuarios en entornos digitales cada vez más complejos.

Las soluciones propuestas son proporcionales a la naturaleza del daño y al tamaño de la institución, y se calibran para ser disuasorias, sin ser confiscatorias.

III. CUADRO COMPARATIVO

El siguiente cuadro comparativo detalla los alcances y correspondencias de la iniciativa en cada ordenamiento a modificar:

LEY DE PROTECCIÓN Y DEFENSA AL USUARIO DE SERVICIOS FINANCIEROS (LPDUSF)	
Texto vigente	**Texto propuesto**
Artículo 1.- …	**Artículo 1.-** …
…	…
Son principios básicos en las relaciones de consumo:	Son principios básicos en las relaciones de consumo:
I. a **VII.** …	**I.** a **VII.** …
VIII. La real y efectiva protección al consumidor en las transacciones efectuadas a través del uso de medios convencionales, electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología ~~y~~ la adecuada utilización de los datos aportados;	**VIII.** La real y efectiva protección al consumidor en las transacciones efectuadas a través del uso de medios convencionales, electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, **garantizando el uso de diseños de interfaz éticos,**

	neutrales y transparentes que respeten el consentimiento y eviten el uso de prácticas engañosas o cualquier arquitectura de decisión engañosa, así como la adecuada utilización de los datos aportados;
IX. a **XI**. …	**IX**. a **XI**. …
SIN CORRELATIVO	**XII. El derecho a un entorno digital seguro, donde el diseño de las plataformas digitales no induzca al error, confusión o engaño, ni dificulte el ejercicio de los derechos de cancelación o revocación del consentimiento.**
…	…
Artículo 2o.- Para los efectos de esta Ley, se entiende por:	**Artículo 2o.-** Para los efectos de esta Ley, se entiende por:
I. a IX. …	**I a IX. …**
SIN CORRELATIVO	**X. Interfaz digital: conjunto de elementos visuales, funcionales y de interacción digital a través de los cuales el Usuario accede, contrata o**

	gestiona servicios financieros por medios electrónicos. **XI. Prácticas engañosas en el entorno digital: diseños de interfaces digitales que, mediante su estructura, presentación y flujo, tengan por efecto inducir, presionar, engañar o dificultar decisiones libres, informadas o reversibles por parte del Usuario.**
Artículo 11.- La Comisión Nacional está facultada para: **I. a XIV. ...** **XV.** Analizar y, en su caso, ordenar la suspensión de la información que induzca a error dirigida a los Usuarios sobre los servicios y productos financieros que ofrezcan las Instituciones Financieras, así como aquella que no cumpla con las disposiciones de carácter general que la Comisión Nacional emita para tal efecto;	**Artículo 11.-** La Comisión Nacional está facultada para: **I. a XIV. ...** **XV.** Analizar y, en su caso, ordenar la suspensión **o modificación de** la información que induzca a error dirigida a los Usuarios sobre los servicios y productos financieros que ofrezcan las Instituciones Financieras, **incluyendo los medios digitales y tecnológicos mediante los cuales esta se presenta,** así como aquella que no cumpla con las disposiciones de carácter general que la Comisión Nacional emita para tal efecto **o se incumplan con las disposiciones jurídicas aplicables.**

XVIII. Revisar y ordenar modificaciones a los contratos de adhesión utilizados por Instituciones Financieras para la celebración de sus operaciones o la prestación de sus servicios, en caso de que incumplan con las disposiciones de carácter general que establezca la Comisión Nacional	**XVIII.** Revisar y ordenar modificaciones a los contratos de adhesión **y a los mecanismos digitales mediante los cuales estos se presentan, celebran o ejecutan, cuando incumplan con las disposiciones aplicables o afecten la claridad, transparencia o libertad de decisión del Usuario.**
SIN CORRELATIVO	**XXXI. Emitir disposiciones de carácter general en materia de diseño, funcionamiento, estructura y evaluación de interfaces digitales utilizadas por las Instituciones Financieras, a fin de garantizar la transparencia, claridad, simetría en la toma de decisiones y la ausencia de prácticas engañosas en el entorno digital.**
SIN CORRELATIVO	**ARTÍCULO 52 BIS. La información que las Instituciones Financieras proporcionen a los Usuarios a través de medios digitales deberá presentarse de manera clara, veraz, accesible y estructurada de forma que no induzca a error, confusión o prácticas engañosas en la toma de decisiones.**

SIN CORRELATIVO	**ARTÍCULO 52 TER. Se considerará incumplida esta obligación cuando, aun existiendo información formalmente disponible, el diseño, estructura, flujo o presentación de la interfaz tenga por efecto:** **I. Inducir o alterar decisiones contrarias al interés del Usuario;** **II. Ocultar o dificultar información relevante;** **III. Obstaculizar la cancelación o reversión;** **IV. Generar percepciones engañosas sobre costos o riesgos.**
Artículo 76 BIS.- … **I. a III.** … **IV.** El proveedor evitará las prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos, por lo que deberá cumplir con las disposiciones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezca, señaladas en esta Ley y demás disposiciones que se deriven de ella;	**Artículo 76 BIS.-** … **I. a III.** … **IV.** El proveedor evitará las prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos, por lo que deberá cumplir con las disposiciones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezca, señaladas en esta Ley y demás disposiciones que se deriven de ella. **Queda prohibido el uso de diseños de**

	interfaces digitales que dificulten la comparación efectiva de bienes o servicios, así como la preselección por defecto de opciones, productos, seguros o servicios adicionales que impliquen un cargo económico para la persona consumidora sin que medie su consentimiento previo y explícito.
V. a **VI.** ...	**V.** a **VI.** ...
VII. El proveedor deberá abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos, en especial tratándose de prácticas de mercadotecnia dirigidas a la población vulnerable, como los niños, ancianos y enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población;	**VII.** El proveedor deberá abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos, en especial tratándose de prácticas de mercadotecnia dirigidas a la población vulnerable, como los niños, ancianos y enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población, asimismo, queda prohibido el uso de técnicas de urgencia falsa, conforme a los lineamientos emitidos de acuerdo con la fracción XXXI del artículo 11;
VII. a **IX.** ...	**VII.** a **IX.** ...

LEY PARA REGULAR LAS INSTITUCIONES DE TECNOLOGÍA FINANCIERA (LEY FINTECH)	
Texto vigente	**Texto propuesto**
Artículo 11.- Para organizarse y operar como ITF se requiere obtener una autorización que será otorgada por la CNBV, previo acuerdo del Comité Interinstitucional, en términos del Capítulo I del Título III de la presente Ley.	**Artículo 11.-** Para organizarse y operar como ITF se requiere obtener una autorización que será otorgada por la CNBV, previo acuerdo del Comité Interinstitucional, en términos del Capítulo I del Título III de la presente Ley. ... ...
SIN CORRELATIVO	**Las ITF deberán garantizar que las interfaces digitales y tecnológicas utilizadas para la prestación de sus servicios no incorporen prácticas engañosas en el entorno digital, y que la información proporcionada permita decisiones libres, informadas y comparables por parte de los clientes.**

LEY PARA LA TRANSPARENCIA Y ORDENAMIENTO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS (LTOSF)	
Texto vigente	**Texto propuesto**
Artículo 4 Bis. ... ... **I. a III. ...** ... **a). a c). ...** ... **SIN CORRELATIVO**	**Artículo 4 Bis. ...** ... **I. a III. ...** ... **a). a c). ...** ... **Asimismo, el Banco de México y las autoridades competentes podrán emitir disposiciones que limiten o prohíban prácticas de diseño en interfaces digitales que distorsionen la toma de decisiones de los Clientes o afecten la competencia efectiva en la prestación de servicios financieros.**
Artículo 11. ... ... **I. a VIII. ...** ...	**Artículo 11. ...** ... ... **I. a VIII. ...** ...

... ...	... ...
SIN CORRELATIVO	**Los contratos de adhesión deberán corresponder funcional y operativamente con los medios digitales mediante los cuales se celebran, garantizando que el proceso de contratación refleje de manera clara, accesible y no engañosa los términos y condiciones aplicables.**

PROYECTO DE DECRETO

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 el artículo 55, fracción II del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, someto a consideración de esta Asamblea la presente Iniciativa con proyecto de:

DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PROTECCIÓN Y DEFENSA AL USUARIO DE SERVICIOS FINANCIEROS, DE LA LEY PARA LA TRANSPARENCIA Y ORDENAMIENTO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS Y DE LA LEY PARA REGULAR LAS INSTITUCIONES DE TECNOLOGÍA FINANCIERA en materia de prohibición de

prácticas engañosas de diseño digital y protección de usuario vulnerable en servicios financieros:

ARTÍCULO PRIMERO. Se reforma la fracción VIII y se adiciona la fracción XII al artículo 1°; se adicionan las fracciones X y XI al artículo 2o.; se reforman las fracciones XV, XVIII y XXXI del artículo 11; y se adicionan los artículos 52 Bis y 52 Ter; y se reforma la fracción IV y VII del artículo 76 BIS de la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, para quedar como sigue:

Artículo 1.- ...

...

Son principios básicos en las relaciones de consumo:

I. a **VII.**

VIII. La real y efectiva protección al consumidor en las transacciones efectuadas a través del uso de medios convencionales, electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, **garantizando el uso de diseños de interfaz éticos, neutrales y transparentes que respeten el consentimiento y eviten el uso de prácticas engañosas en el entorno digital o cualquier arquitectura de decisión engañosa, así como** la adecuada utilización de los datos aportados;

IX. a **XI**. ...

XII. El derecho a un entorno digital seguro, donde el diseño de las plataformas digitales no induzca al error, confusión o engaño, ni dificulte el ejercicio de los derechos de cancelación o revocación del consentimiento.

...

Artículo 2o.- Para los efectos de esta Ley, se entiende por:

I a IX. ...

X. Interfaz digital: conjunto de elementos visuales, funcionales y de interacción digital a través de los cuales el Usuario accede, contrata o gestiona servicios financieros por medios electrónicos.

XI. Prácticas engañosas en el entorno digital: diseños de interfaces digitales que, mediante su estructura, presentación y flujo, tengan por efecto inducir, presionar, engañar o dificultar decisiones libres, informadas o reversibles por parte del Usuario.

Artículo 11.- La Comisión Nacional está facultada para:
I. a XIV. ...

XV. Analizar y, en su caso, ordenar la suspensión **o modificación de** la información que induzca a error dirigida a los Usuarios sobre los servicios y productos financieros que ofrezcan las Instituciones Financieras**, incluyendo los medios digitales y tecnológicos mediante los cuales esta se presenta,** así como aquella que no cumpla con las disposiciones de carácter general que la Comisión Nacional emita para tal efecto **o se incumplan con las disposiciones jurídicas aplicables.**

XVIII. Revisar y ordenar modificaciones a los contratos de adhesión **y a los mecanismos digitales mediante los cuales estos se presentan, celebran o ejecutan, cuando incumplan con las disposiciones aplicables o afecten la claridad, transparencia o libertad de decisión del Usuario.**

XXXI. Emitir disposiciones de carácter general en materia de diseño, funcionamiento, estructura y evaluación de interfaces digitales utilizadas por las Instituciones Financieras, a fin de garantizar la transparencia, claridad, simetría en la toma de decisiones y la ausencia de prácticas engañosas en el entorno digital.

ARTÍCULO 52 BIS. La información que las Instituciones Financieras proporcionen a los Usuarios a través de medios digitales deberá presentarse de manera clara, veraz, accesible y estructurada de forma que no induzca a error, confusión o prácticas engañosas en la toma de decisiones.

ARTÍCULO 52 TER. Se considerará incumplida esta obligación cuando, aun existiendo información formalmente disponible, el diseño, estructura, flujo o presentación de la interfaz tenga por efecto:

I. Inducir o alterar decisiones contrarias al interés del Usuario;
II. Ocultar o dificultar información relevante;
III. Obstaculizar la cancelación o reversión;
IV. Generar percepciones engañosas sobre costos o riesgos.

Artículo 76 BIS.- ...

I. a **III.** ...

IV. El proveedor evitará las prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos, por lo que deberá cumplir con las disposiciones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezca, señaladas en esta Ley y demás disposiciones que se deriven de ella. **Queda prohibido el uso de diseños de interfaces digitales que dificulten la comparación efectiva de bienes o servicios, así como la preselección por defecto de opciones, productos, seguros o servicios adicionales que impliquen un cargo económico para la persona consumidora sin que medie su consentimiento previo y explícito.**

V. a **VI.** ...

VII. El proveedor deberá abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos, en especial tratándose de prácticas de mercadotecnia dirigidas a la población vulnerable, como los niños, ancianos y enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población, asimismo, **queda prohibido el uso de técnicas de urgencia falsa, conforme a los lineamientos emitidos de acuerdo con la fracción XXXI del artículo 11;**

VII. a **IX.** ...

ARTÍCULO SEGUNDO. Se adiciona un párrafo al artículo 11 de la Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera, para quedar como sigue:

Artículo 11.- Para organizarse y operar como ITF se requiere obtener una autorización que será otorgada por la CNBV, previo acuerdo del Comité Interinstitucional, en términos del Capítulo I del Título III de la presente Ley.

...

Las ITF deberán garantizar que las interfaces digitales y tecnológicas utilizadas para la prestación de sus servicios no incorporen prácticas engañosas en el entorno digital, y que la información proporcionada permita decisiones libres, informadas y comparables por parte de los clientes.

ARTÍCULO TERCERO. Se adiciona un artículo 4 Bis y se reforma el artículo 11 de la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros, para quedar como sigue:

Artículo 4 Bis. ...

...I. a III. ...

...

a) a c). ...

...

Asimismo, el Banco de México y las autoridades competentes podrán emitir disposiciones que limiten o prohíban prácticas de diseño en interfaces digitales que distorsionen la toma de decisiones de los Clientes o afecten la competencia efectiva en la prestación de servicios financieros.

Artículo 11.- ...

...

...

I. a VIII. ...

...

...

...

...

...

...

Los contratos de adhesión deberán corresponder funcional y operativamente con los medios digitales mediante los cuales se celebran, garantizando que el proceso de contratación refleje de manera clara, accesible y no engañosa los términos y condiciones aplicables.

ARTÍCULOS TRANSITORIOS

PRIMERO. El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO. La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, el Banco de México y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores deberán emitir o adecuar las disposiciones de carácter general a que se refiere el presente Decreto dentro de los ciento ochenta días naturales siguientes a su entrada en vigor.

TERCERO. Las instituciones financieras y las instituciones de tecnología financiera deberán adecuar sus interfaces digitales, procesos y mecanismos de información conforme a las disposiciones de carácter general aplicables dentro de los ciento ochenta días naturales siguientes a la entrada en vigor de dichas disposiciones.

CUARTO. La implementación del presente Decreto se realizará con cargo al presupuesto aprobado a las dependencias y entidades competentes, por lo que no implicará erogaciones adicionales al erario federal.

Salón de Sesiones de la Cámara de Diputados, a los 05 días del mes de mayo del año 2026.

Suscribe

Dr. Ricardo Monreal Ávila