



CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

PAULO GARCÍA
DIPUTADO COYOACÁN

Palacio Legislativo de Donceles, 12 de mayo de 2026

DIPUTADO JESÚS SESMA SUÁREZ,

PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DEL
CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO,
III LEGISLATURA.

P R E S E N T E

El que suscribe, diputado local Paulo Emilio García González, integrante del Grupo Parlamentario de MORENA, en el Congreso de la Ciudad de México, III Legislatura, con fundamento en los artículos 122 apartado A, fracciones I y II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29 apartado A y 30, numeral 1, inciso b) de la Constitución Política de la Ciudad de México; 4º, fracción XXI y 12 fracción II de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México y 5 fracción I, 79, fracción VI, 95, fracción II, 96, 325 y 326 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México y demás normatividad aplicable, someto a consideración de este congreso la siguiente **INICIATIVA ANTE EL CONGRESO DE LA UNIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONAN LAS FRACCIONES X Y XI AL ARTÍCULO 76 BIS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN MATERIA DE TRANSPARENCIA Y PROTECCIÓN DE PERSONAS USUARIAS DE GIMNASIOS Y CENTROS DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO** al tenor de los siguientes:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

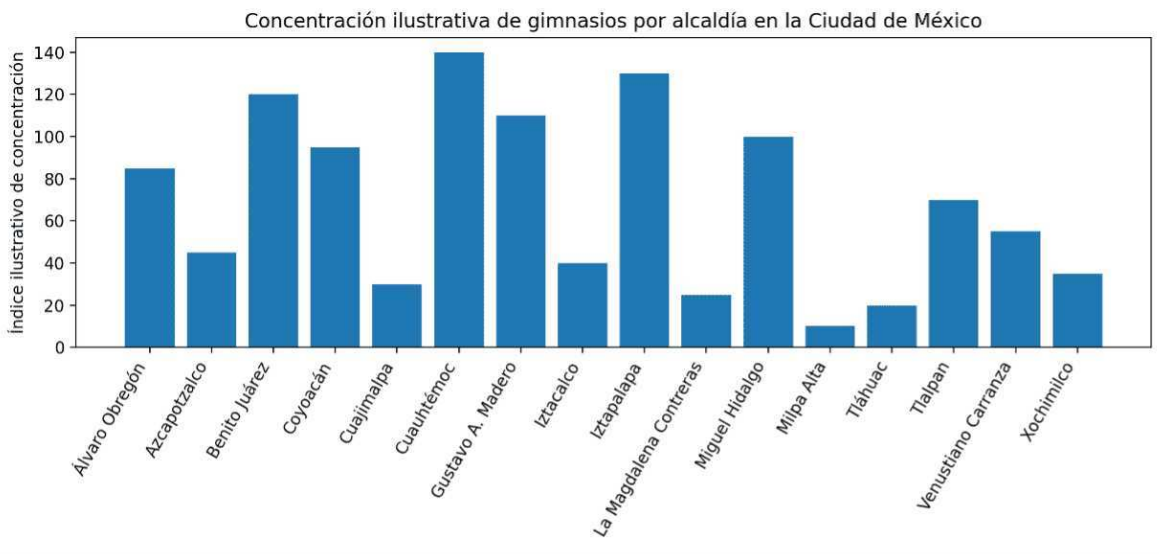
La actividad física y el deporte constituyen elementos esenciales para garantizar el derecho a la salud y al bienestar de las personas. En las últimas décadas, el crecimiento de la industria del acondicionamiento físico ha sido significativo tanto a nivel internacional como en México.



En la Ciudad de México, el desarrollo de gimnasios, centros de entrenamiento y espacios de acondicionamiento físico privados ha aumentado considerablemente debido a la creciente demanda de la población por mejorar su calidad de vida y prevenir enfermedades asociadas al sedentarismo.

Fuente: Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), INEGI.

Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/denue/>



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/denue/>

De acuerdo con información del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), los centros de acondicionamiento físico se distribuyen de manera heterogénea entre las distintas alcaldías de la Ciudad de México.



Diagnóstico territorial del sector de gimnasios en la Ciudad de México (Datos DENUÉ – INEGI).

Distribución territorial de gimnasios en la Ciudad de México (referencia DENUÉ – INEGI):

Cadenas internacionales y nacionales de gimnasios han expandido su presencia en diversas alcaldías de la capital. Entre estas se encuentran empresas con modelos de membresía mensual o anual que permiten a las personas usuarias acceder a instalaciones deportivas mediante pagos recurrentes.

No obstante, este crecimiento también ha traído consigo nuevos retos en materia de regulación, transparencia contractual y protección de las personas consumidoras.

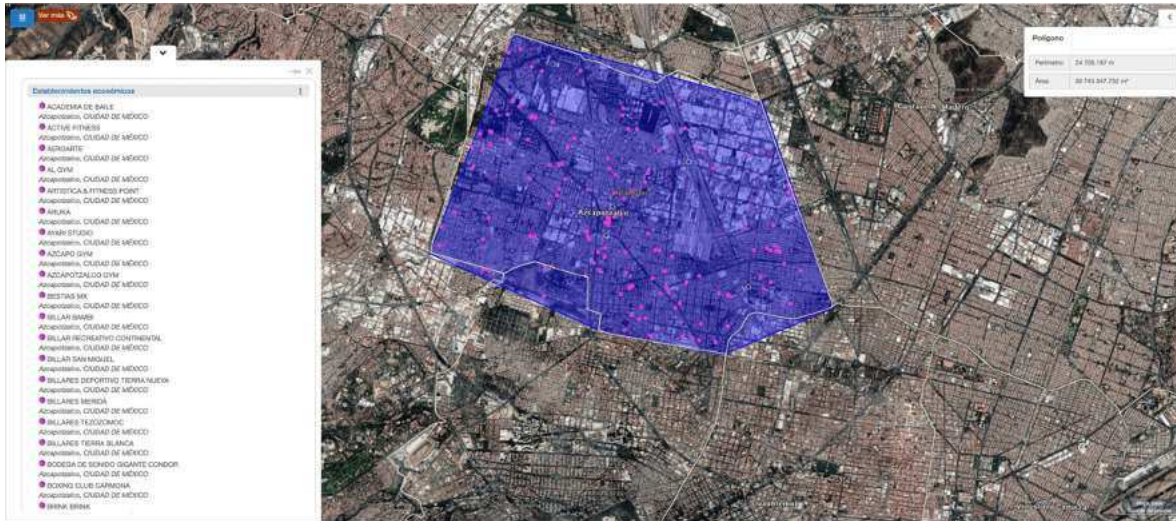
En la alcaldía Alvaro Obregón 242, Azcapotzalco 162, Gustavo A. Madero 553, Cuauhtémoc 762, Miguel Hidalgo 357, Coyoacán 345, Iztapalapa 615 establecimientos aproximadamente dedicados a temas deportivos, por mencionar algunas demarcaciones territoriales, que en total suman en la Ciudad de México un aproximado de 4636.

Alvaro Obregón:

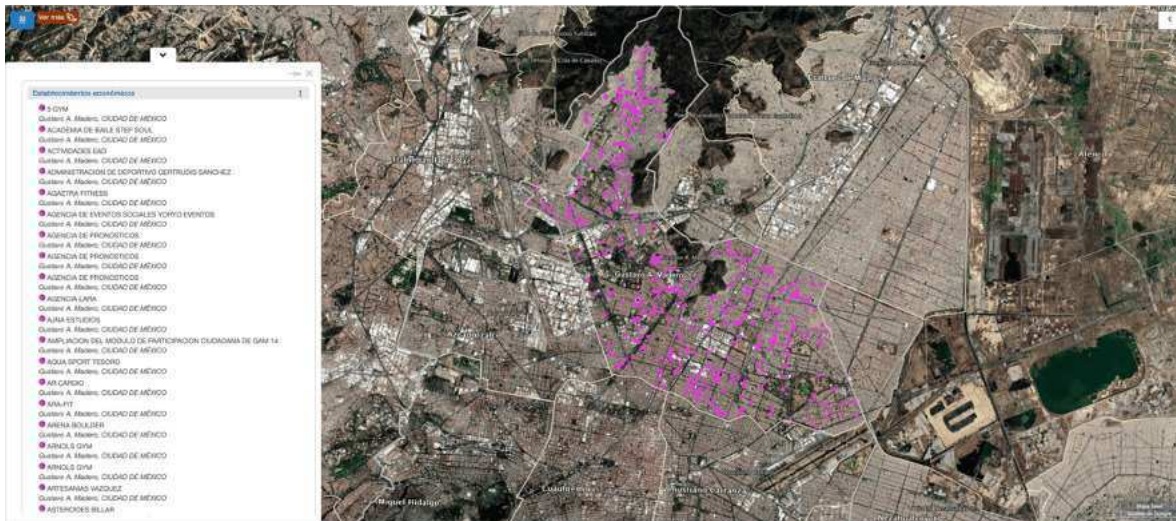




Azacapotzalco:

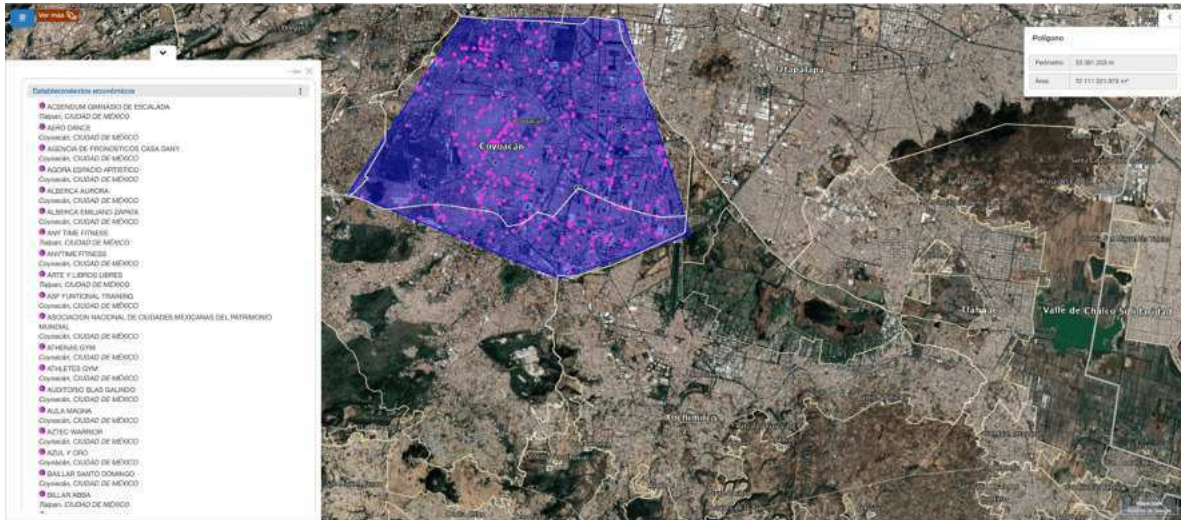


Gustavo A. Madero:

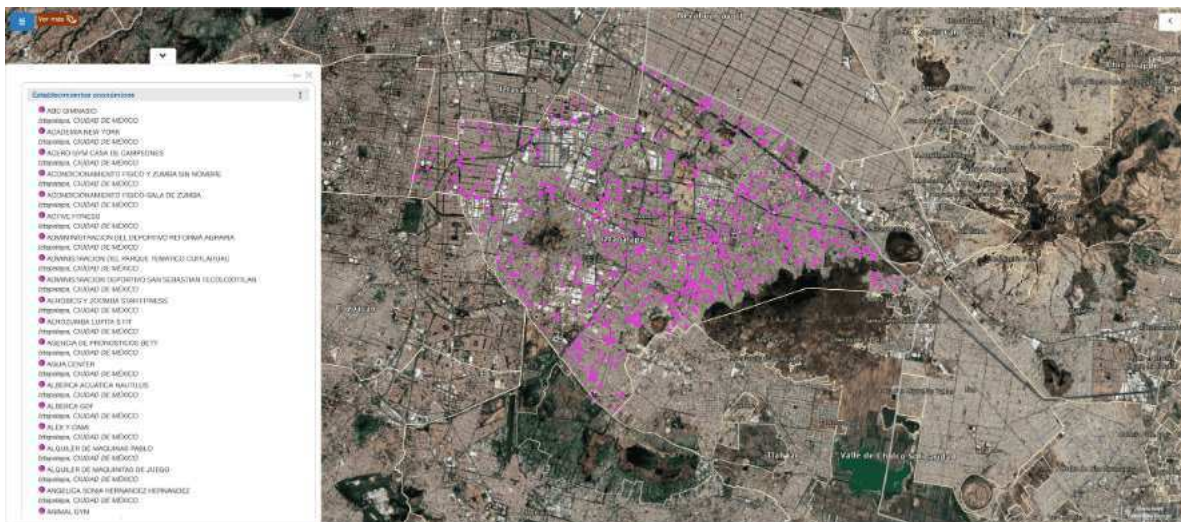




Coyoacán:



Iztapalapa:



Como se observa en las gráfica anteriores, alcaldías como Cuauhtémoc, Benito Juárez, Iztapalapa, Gustavo A. Madero, Miguel Hidalgo y Coyoacán presentan una presencia más marcada de establecimientos de acondicionamiento físico.

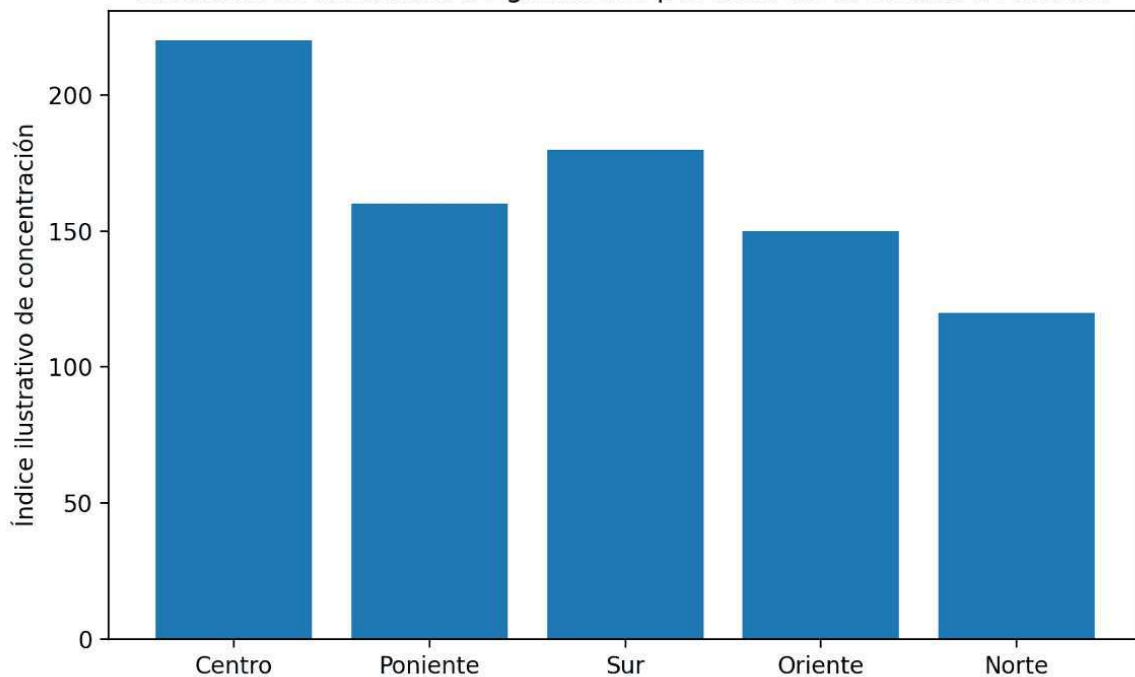


Esta circunstancia permite advertir que el mercado de membresías se encuentra especialmente activo en zonas donde coinciden corredores comerciales, centros corporativos, universidades, vivienda vertical y alta movilidad cotidiana.

En contraste, demarcaciones como Milpa Alta, Tláhuac y La Magdalena Contreras muestran una menor densidad relativa de establecimientos, lo que también evidencia una desigualdad territorial en el acceso a servicios privados de acondicionamiento físico.

Lo anterior fortalece el argumento de que una regulación clara beneficia tanto a las personas usuarias de zonas de alta concentración, donde existe mayor contratación y mayor volumen de controversias, como a aquellas zonas en las que la oferta aún es limitada y debe regirse por reglas transparentes desde su expansión.

Distribución ilustrativa de gimnasios por zona de la Ciudad de México





La distribución por zonas confirma una mayor concentración en el centro, sur y poniente de la ciudad, áreas donde la contratación de servicios de este tipo se ha consolidado como parte de la vida cotidiana de estudiantes, trabajadoras, trabajadores y personas usuarias que buscan servicios cercanos a sus centros de trabajo o residencia.

En términos regulatorios, ello justifica que el Congreso de la Ciudad de México establezca reglas mínimas de transparencia contractual para todo el territorio local, evitando asimetrías entre proveedores y consumidores.

Estas visualizaciones ilustran el crecimiento territorial del sector y refuerzan la necesidad de prevenir prácticas abusivas en un mercado que ya tiene una presencia estructural en la ciudad.

I. Problemática desde la perspectiva de género, en su caso;

En atención a lo dispuesto por el artículo 96, fracción III, del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, y la Guía para la Incorporación de la Perspectiva de Género en el Trabajo Legislativo del Congreso de la Ciudad de México, se señala que la presente Iniciativa se encuentra ajustada a proteger, prevenir, investigar y erradicar la violencia por razón de género por lo que, el material bibliográfico consultado y las fuentes legislativas analizadas, fueron interpretadas tomando en cuenta la protección más amplia de los derechos de la persona humana y los principios ideológicos que los sustentan.¹

¹ [Guía-para-la-incorporación-de-la-perspectiva-de-género-en-el-trabajo-legislativo-del-congreso-de-la-ciudad-de-méxico-2.pdf](#)



II. Argumentos que la sustentan;

En la Ciudad de México de acuerdo con el Catálogo Nacional de Indicadores² el porcentaje de población de personas de 18 años y más, que realizan actividades físicas – deportivas - en su tiempo libre, dentro del periodo que compren los años 2023 al 2025, suman un total de 53 millones 928 mil 425 personas que dedican sus espacios para ejercitarse.

Dentro de este porcentaje en el año 2025 encontramos lo siguiente:

Mujeres: 9 millones 741 mil 500.

Hombres: 9 millones 787 mil 244.



SNI-G Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica

Catálogo Nacional de Indicadores

Sábado 14 de Marzo de 2026

Inicio > Consulta > Indicador Clave > Series estadísticas para el cálculo del Indicador Clave

Series estadísticas para el cálculo del Indicador Clave

Nombre del Indicador Clave: Porcentaje de población de 18 años y más, activa físicamente en el agregado urbano de 32 ciudades de 100 mil y más habitantes

Variables: Población de 18 años y más que realizan actividad física-deportiva en su tiempo libre, en el agregado urbano de : 0

Seleccionar Período de: 2023 a: 2025

Número de personas				
Período	Total	Hombre	Mujer	
2023	16,881,952	9,153,341	7,728,611	
2024	17,517,729	9,097,970	8,419,759	
2025	19,528,744	9,787,244	9,741,500	

Responsable: INEGI. Unidad de Estadísticas Sociodemográficas.
Fuente: INEGI. Módulo de Prácticas Deportiva y Ejercicio Físico

Términos de uso del Sitio CNI en Internet | Términos de libre uso de la información integrada y difundida en el marco del CNI | Preguntas frecuentes | Contacto | Reglas CNI

Derechos reservados © CNI en trámite.

2

https://www.snieg.mx/cni/seriesestadisticas.aspx?idOrden=1.1&IndBase=6207051577*6207051578*6207051579*6207051580*6207051581*6207051582&indCve=6207051576&gen=12632&d=s



Ahora bien, de un estudio presentado por el INEGI el 27 de enero de 2025, dentro del Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF), 36.85 de las mujeres y 46.0% de los hombres realizaron alguna práctica físico – deportiva.³

COMUNICADO DE PRENSA 38/25

MÓDULO DE PRÁCTICA DEPORTIVA Y EJERCICIO FÍSICO (MOPRADEF)
 27 de enero de 2025
 Página 1/5

Realizó actividad física 41.1 % de las personas de 18 años y más, en su tiempo libre y en áreas urbanas del país¹

- 36.8 % de las mujeres y 46.0 % de los hombres realizaron alguna práctica físico-deportiva.
- De la población físicamente activa, 64.2 % hizo deporte o ejercicio físico en un nivel suficiente para obtener beneficios para su salud.
- 3 de cada 4 personas activas físicamente contaban con instalaciones públicas en su colonia para realizar actividades físicas o deportivas.
- De este grupo, 85.1 % calificó las instalaciones como regulares o buenas y 12.8 %, como malas.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), a través del Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF) 2024, recopila información sobre la práctica deportiva y ejercicio físico en las áreas urbanas de México. Esta información es fundamental para diseñar y evaluar políticas públicas que promuevan la actividad física.

Dentro de este mismo estudio, encontramos que un porcentaje del 71.1% mencionaron que cuentan con un espacio físico para hacer ejercicio en su colonia, lo que representa un porcentaje alto de aquellas personas que acuden a espacios tanto públicos como privados para realizar alguna actividad deportiva, de entretenimiento e incluso de preparación, por lo que es de suma importancia que las leyes de nuestro país, velen por su seguridad jurídica al momento de contratar

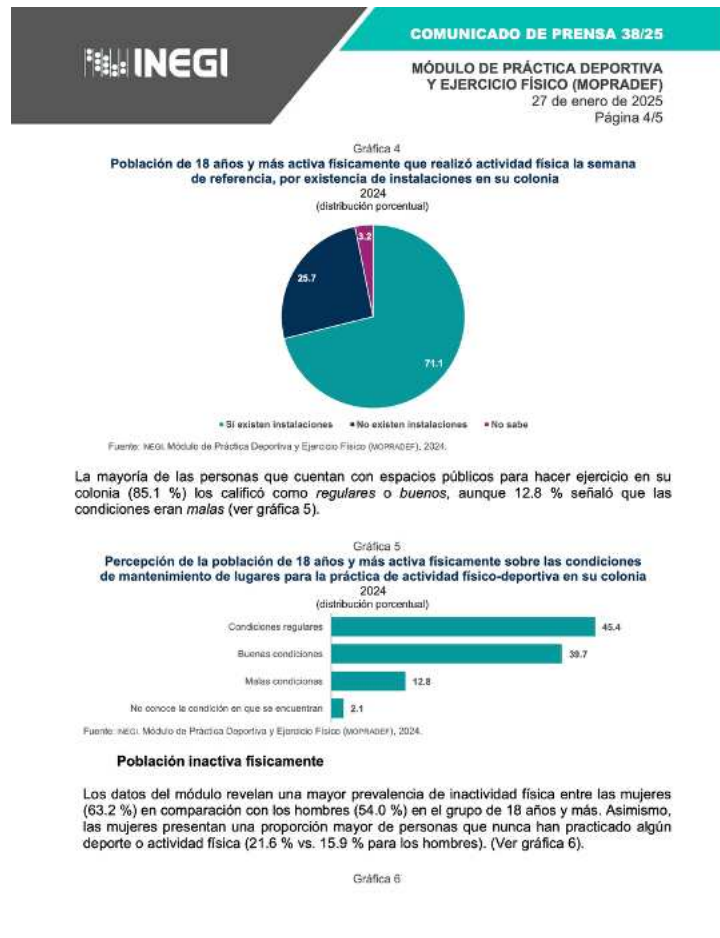
³

<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2025/mopradef/mopradef2024.pdf#:~:text=36.8%20%25%20de%20las%20mujeres%20y%2046.0,suficiente%20para%20obtener%20beneficios%20para%20su%20salud.>



con los gimnasios, clubes deportivos o cualquier instalación que preste este tipo de servicios en la Ciudad de México.

Si bien existen reformas que se han presentado para regular estos lugares y que no se permitan arbitrariedades, es importante reforzar la legislación para contar con mejores candados que protejan a los consumidores de prácticas abusivas y engañosas, como veremos más adelante.





Dentro de la comparativa internacional sobre la regulación de gimnasios y protección contractual de las personas usuarias, la experiencia comparada ofrece elementos útiles para fortalecer el diseño legislativo local. En distintos países iberoamericanos se han desarrollado normas y criterios de protección al consumidor que, sin referirse siempre de manera exclusiva a los gimnasios, sí resultan plenamente aplicables a los contratos de membresía, a los cobros recurrentes y a las modificaciones unilaterales de condiciones económicas.

A continuación, se exponen tres referentes particularmente útiles para esta iniciativa: España⁴, Chile⁵ y Argentina⁶.

España: En el ordenamiento español, la protección a las personas consumidoras se articula a partir de la normativa general de defensa de consumidores y usuarios, así como de la vigilancia de autoridades autonómicas de consumo. Bajo ese marco, los contratos de prestación de servicios deportivos deben redactarse de forma clara, comprensible y sin cláusulas abusivas. Las penalizaciones desproporcionadas, la falta de información sobre renovación automática o la imposición de condiciones económicas no informadas pueden dar lugar a sanciones administrativas o a la nulidad de cláusulas contractuales. La experiencia española resulta relevante porque demuestra que la actividad empresarial en el sector fitness puede desarrollarse con plena libertad económica, pero sujeta a estándares reforzados de información y equilibrio contractual.

4

[https://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/Consumo/EspecialInformativo/EspacioEmpresarios/02Inspección/Campañas%20inspección%202019/Campaña%20de%20inspección%20y%20control%20de%20gimnasios/08%20PR_Gimnasios2019\(v.2\).pdf](https://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/Consumo/EspecialInformativo/EspacioEmpresarios/02Inspección/Campañas%20inspección%202019/Campaña%20de%20inspección%20y%20control%20de%20gimnasios/08%20PR_Gimnasios2019(v.2).pdf)

⁵ <https://odecu.cl/wp-content/uploads/2025/12/Estudio-ODECU-gimnasios-2025.pdf>

⁶ <https://abogados.com.ar/archivos/2020-05-25-105311-gimnasios-argentinos-sa-c-dndc-s-defensa-del-consumidor.pdf#:~:text=VISTO%20Y%20CONSIDERANDO:%2019%20Que%2C%20mediante%20disposición,usuario%20en%20forma%20cierta%2C%20clara%20y%20detallada>



Chile: La legislación chilena en materia de protección de los derechos de las personas consumidoras ha consolidado criterios importantes respecto de contratos de adhesión. En términos generales, se exige que las cláusulas sean legibles, transparentes y no generen desequilibrios injustificados. Cuando el proveedor modifica unilateralmente elementos esenciales del contrato, la persona consumidora cuenta con mecanismos para reclamar y exigir la terminación o restitución correspondiente.

La enseñanza central para la Ciudad de México consiste en que los contratos de adhesión en servicios de tracto sucesivo, como los de gimnasio, no pueden operar como instrumentos abiertos para alterar costos o condiciones sin control, precisamente porque la persona usuaria se encuentra en una posición materialmente más débil frente al proveedor.

Argentina: La Ley de Defensa del Consumidor argentina ha desarrollado una doctrina robusta en torno al deber de información, la buena fe contractual y la nulidad de cláusulas abusivas. En el ámbito de servicios periódicos o de prestación continua, se considera esencial que la persona usuaria conozca con claridad el precio, la forma de pago, las condiciones de baja, la duración del vínculo y las consecuencias de cualquier renovación o ajuste. Este referente comparado es útil para la presente iniciativa porque confirma que la transparencia en el precio y el derecho de cancelación frente a cambios sustanciales son piezas centrales de un marco regulatorio moderno y protector.

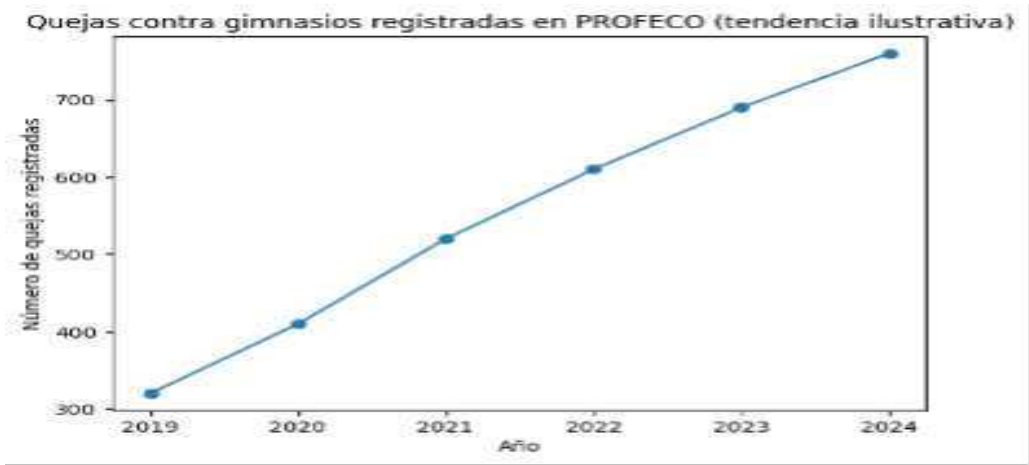
De la comparación internacional se desprenden tres conclusiones de valor legislativo: primero, que los contratos de membresía deben sujetarse a un estándar reforzado de información clara y comprensible; segundo, que las cláusulas que permitan aumentos discrecionales o renovaciones automáticas opacas deben ser objeto de control; y tercero, que las personas usuarias deben contar con una salida



jurídica razonable —sin penalización desproporcionada— cuando el proveedor altera de forma sustancial las condiciones originalmente pactadas. Estos principios son plenamente compatibles con el sistema jurídico mexicano y con la finalidad protectora de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Así, la incorporación de diversas adiciones una regulación expresa en la Ley Federal de Protección al Consumidor no constituye una medida aislada ni extraordinaria, sino una actualización normativa congruente con tendencias contemporáneas de protección a las personas consumidoras y con buenas prácticas observadas en otras jurisdicciones. La iniciativa fortalece, en consecuencia, la certeza jurídica, la transparencia del mercado y la confianza de la población en los servicios de acondicionamiento físico.

De acuerdo con datos de la PROFECO y Buró Comercial, las quejas en contra de los gimnasios han aumentado considerablemente debido a los abusos en los cobros de las membresías, así como en otros asuntos que más adelante vamos a abordar.





La siguiente gráfica ilustra la tendencia de quejas registradas contra gimnasios en México.

Fuente: Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), Buró Comercial.
Disponible en: <https://burocomercial.profeco.gob.mx>

Los gimnasios con más quejas son:

Gimnasio	Número de quejas	Porcentaje de conciliación
Smart Fit	533	87%
Energy Fitness	490	99%
Sports World	435	72%
Cancún 24 Horas	167	61%
Sport City	123	74%
The Great Fitness	118	100%
Zona Fitness	48	20%
La Loma Centro Deportivo Querétaro	43	35%
Sportium	43	97%
Sport And Fitness Gym	39	28%

La anterior ilustración muestra una estimación del número de reclamaciones presentadas por consumidores contra algunas de las principales cadenas de gimnasios con presencia en la Ciudad de México.

Ranking de cadenas de gimnasios con mayor número de quejas registradas ante PROFECO.

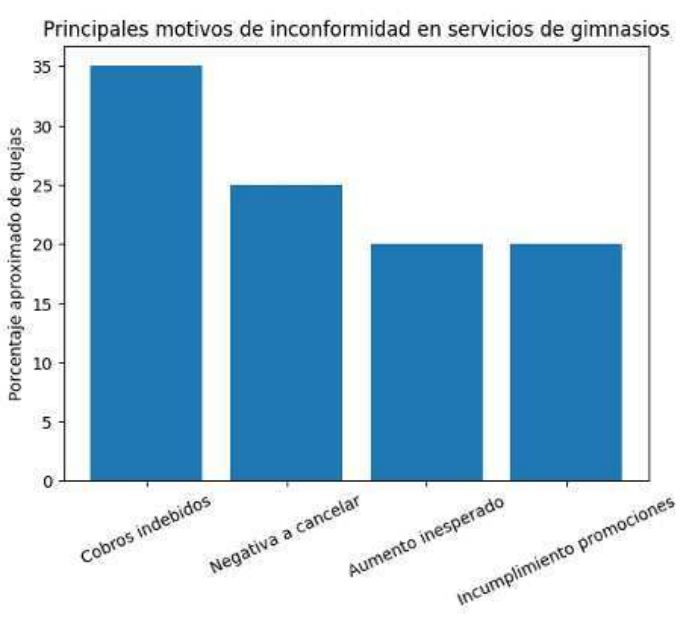
De acuerdo con información disponible en el Buró Comercial de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), los gimnasios y centros de acondicionamiento físico han sido objeto de diversas quejas por parte de personas consumidoras en México.

Entre los motivos más recurrentes de reclamación se encuentran los siguientes:



- Cobros indebidos o cargos automáticos no reconocidos.
- Negativa a cancelar servicios contratados.
- Incumplimiento de promociones.
- Modificaciones unilaterales en los contratos.
- Incrementos en las tarifas de membresías sin previo aviso.

Diversos reportes del Buró Comercial han mostrado que las cadenas de gimnasios con mayor presencia nacional concentran un número relevante de reclamaciones, particularmente en zonas metropolitanas como la Ciudad de México.

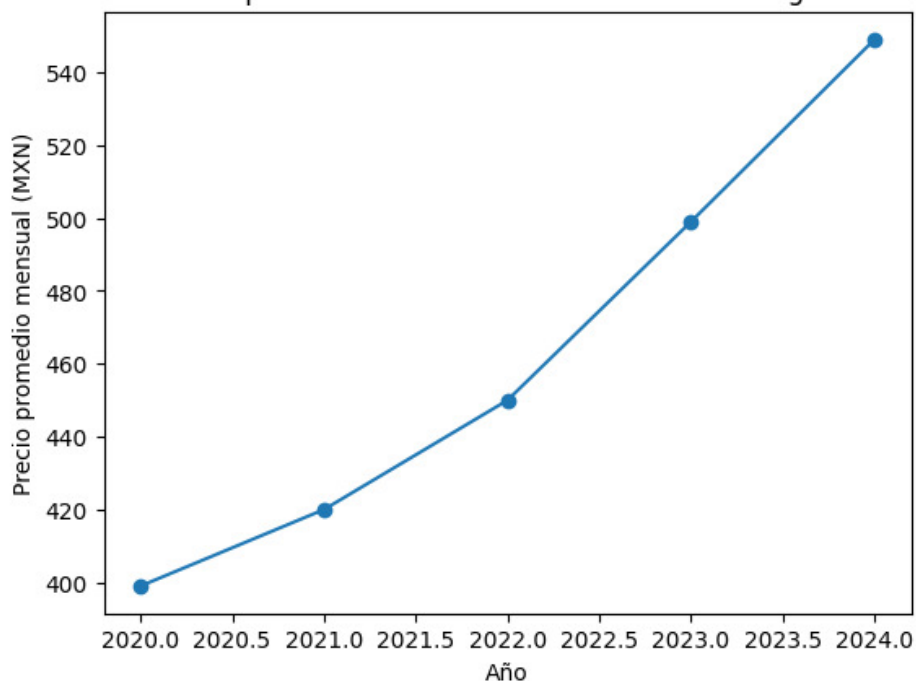


Uno de los problemas más relevantes en este sector se relaciona con la falta de transparencia en las condiciones de contratación de las membresías. En diversos casos, las personas usuarias reportan que los establecimientos realizan incrementos en las tarifas durante la vigencia del contrato o modifican las condiciones de los planes originalmente adquiridos.



Estas prácticas generan incertidumbre jurídica y afectan la confianza de las personas consumidoras en los servicios ofrecidos por estos establecimientos. El impacto social y económico que representa socialmente en el aumento del costo de la membresías, que si bien es un tema que atañe directamente a las cadenas comerciales, así como a las personas usuarias, lo que se pretende con esta iniciativa es proteger a las personas consumidores de los abusos en estos casos planetados.

Evolución aproximada del costo de membresías en gimnasios



La regulación propuesta tiene como finalidad fortalecer la confianza de las personas usuarias en los servicios de acondicionamiento físico. Desde una perspectiva social, la transparencia en los contratos permitirá que más personas tengan certeza sobre las condiciones económicas de los servicios que contratan.

Desde una perspectiva económica, establecer reglas claras para el sector también genera beneficios para los propios proveedores, ya que promueve la competencia leal y evita prácticas comerciales abusivas.



III. Fundamento legal y en su caso sobre su constitucionalidad y convencionalidad;

PRIMERO. Constitución Política de los Ciudad de México.

La Constitución Política de la Ciudad de México establece diversas disposiciones relevantes para la protección de los derechos de las personas consumidoras y el acceso a la actividad física.

El artículo 8, apartado A, reconoce el derecho de todas las personas a la cultura física y a la práctica del deporte como elementos fundamentales para el desarrollo integral.

Artículo 8

Ciudad educadora y del conocimiento

A. Derecho a la educación

1. En la Ciudad de México todas las personas tienen derecho a la educación en todos los niveles, al conocimiento y al aprendizaje continuo. Tendrán acceso igualitario a recibir formación adecuada a su edad, capacidades y necesidades específicas, así como la garantía de su permanencia, independientemente de su condición económica, étnica, cultural, lingüística, de credo, de género o de discapacidad.

(...)



7. Las autoridades educativas promoverán la ampliación paulatina de las jornadas escolares hasta un máximo de ocho horas con programas artísticos, deportes y de apoyo al aprendizaje.

SEGUNDO. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su artículo 28 establece las bases para la creación de la Ley Federal de Protección al Consumidor al señalar que la misma protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses.

Artículo 28...

(...)

Las leyes fijarán bases para que se señalen precios máximos a los artículos, materias o productos que se consideren necesarios para la economía nacional o el consumo popular, así como para imponer modalidades a la organización de la distribución de esos artículos, materias o productos, a fin de evitar que intermediaciones innecesarias o excesivas provoquen insuficiencia en el abasto, así como el alza de precios. La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses.

TERCERO. Ley de Educación Física y Deporte de la Ciudad de México.

El artículo 3 de la mencionada Ley de Educación, señala que la función social del deporte y la educación física es la de fortalecer la interacción de la sociedad, así como para promover y estimular el autocuidado para la preservación de la salud física y mental.



Artículo 3.- La función social del deporte y la educación física es la de fortalecer la interacción de la sociedad, para desarrollar de manera armónica las aptitudes físicas e intelectuales de las personas que contribuyan a fomentar la solidaridad como valor social; además de promover y estimular el autocuidado, la actividad y recreación física como medios importantes para la preservación de la salud física y mental, así como la prevención de enfermedades.

CUARTO. Ley Federal de Protección al Consumidor.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, tiene por objeto promover y proteger los derechos del consumidor, así como fomentar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones comerciales entre proveedores y consumidores. Esta ley de orden público busca prevenir abusos, garantizar la calidad de productos y servicios, y asegurar información clara y veraz.

Para ello, el artículo 1 de la referida ley, establece los principios básicos en las relaciones de consumo:

ARTICULO 1o.- La presente ley es de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas, convenios o estipulaciones en contrario.

El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Son principios básicos en las relaciones de consumo:



I. *La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por productos, prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos;*

II. *La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones;*

III. *La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen;*

IV. *La efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos;*

V. *El acceso a los órganos administrativos con vistas a la prevención de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos, garantizando la protección jurídica, económica, administrativa y técnica a los consumidores;*

VI. *El otorgamiento de información y de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos;*

VII. *La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios;*

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;*

IX. *El respeto a los derechos y obligaciones derivados de las relaciones de consumo y las medidas que garanticen su efectividad y cumplimiento;*



X. La protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas, y

XI. La libertad de constituir grupos u otras organizaciones de consumidores que, sin contravenir las disposiciones de esta ley, sean garantes de los derechos del consumidor.

Los derechos previstos en esta ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales de los que México sea signatario; de la legislación interna ordinaria; de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes; así como de los que deriven de los principios generales de derecho, la analogía, las costumbres y la equidad.

IV. Denominación del proyecto de ley o decreto;

INICIATIVA ANTE EL CONGRESO DE LA UNIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONAN LAS FRACCIONES X Y XI AL ARTÍCULO 76 BIS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN MATERIA DE TRANSPARENCIA Y PROTECCIÓN DE PERSONAS USUARIAS DE GIMNASIOS Y CENTROS DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO.

V. Ordenamiento a modificar;

Con la finalidad de tener mayor claridad sobre el objetivo de la propuesta de iniciativa, se presenta el siguiente cuadro comparativo:



CUADRO COMPARATIVO

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	
TEXTO ORIGINAL	TEXTO PROPUESTO
<p>ARTICULO 76 BIS.- Las disposiciones del presente Capítulo aplican a las relaciones entre proveedores y consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología. En la celebración de dichas transacciones se cumplirá con lo siguiente:</p> <p>I. El proveedor utilizará la información proporcionada por el consumidor en forma confidencial, por lo que no podrá difundirla o transmitirla a otros proveedores ajenos a la transacción, salvo autorización expresa del propio consumidor o por requerimiento de autoridad competente;</p> <p>II. El proveedor utilizará alguno de los elementos técnicos disponibles para brindar seguridad y confidencialidad a la información proporcionada por el consumidor e informará a éste, previamente a la celebración de la transacción, de las características generales de dichos elementos;</p> <p>III. El proveedor deberá proporcionar al consumidor, antes de celebrar la transacción, su domicilio físico, números telefónicos y demás medios a los que pueda acudir el propio consumidor para presentarle sus reclamaciones o solicitarle aclaraciones;</p> <p>IV. El proveedor evitará las prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos, por lo</p>	<p>ARTICULO 76 BIS.- Las disposiciones del presente Capítulo aplican a las relaciones entre proveedores y consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología. En la celebración de dichas transacciones se cumplirá con lo siguiente:</p> <p>I. El proveedor utilizará la información proporcionada por el consumidor en forma confidencial, por lo que no podrá difundirla o transmitirla a otros proveedores ajenos a la transacción, salvo autorización expresa del propio consumidor o por requerimiento de autoridad competente;</p> <p>II. El proveedor utilizará alguno de los elementos técnicos disponibles para brindar seguridad y confidencialidad a la información proporcionada por el consumidor e informará a éste, previamente a la celebración de la transacción, de las características generales de dichos elementos;</p> <p>III. El proveedor deberá proporcionar al consumidor, antes de celebrar la transacción, su domicilio físico, números telefónicos y demás medios a los que pueda acudir el propio consumidor para presentarle sus reclamaciones o solicitarle aclaraciones;</p> <p>IV. El proveedor evitará las prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos, por lo</p>



III LEGISLATURA

CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

PAULO GARCÍA

DIPUTADO COYOACÁN

<p>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;</p> <p>V. El consumidor tendrá 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;</p> <p>VI. El proveedor respetará la decisión del consumidor en cuanto a la cantidad y calidad de los productos que desea recibir, así como la de no recibir avisos comerciales;</p> <p>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;</p> <p>VIII. El proveedor deberá informar de forma clara, destacada y accesible si el servicio contratado implica cobros automáticos recurrentes, su periodicidad, monto y fecha de cobro.</p> <p>Los cobros señalados en el párrafo anterior, requerirán consentimiento expreso e informado de la persona consumidora. En los casos en los que,</p>	<p>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;</p> <p>V. El consumidor tendrá 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;</p> <p>VI. El proveedor respetará la decisión del consumidor en cuanto a la cantidad y calidad de los productos que desea recibir, así como la de no recibir avisos comerciales;</p> <p>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;</p> <p>VIII. El proveedor deberá informar de forma clara, destacada y accesible si el servicio contratado implica cobros automáticos recurrentes, su periodicidad, monto y fecha de cobro.</p> <p>Los cobros señalados en el párrafo anterior, requerirán consentimiento expreso e informado de la persona consumidora. En los casos en los que,</p>
--	--



<p>de acuerdo al contrato, proceda la renovación automática del servicio, se deberá notificar al menos con cinco días naturales de anticipación, permitiendo su cancelación sin penalización, y</p> <p>IX. El proveedor deberá implementar mecanismos que, sin contravenir a las disposiciones contractuales, permita a la persona consumidora cancelar el servicio, suscripción o membresía de manera inmediata.</p> <p>SIN CORRELATIVO</p> <p>SIN CORRELATIVO</p>	<p>de acuerdo al contrato, proceda la renovación automática del servicio, se deberá notificar al menos con cinco días naturales de anticipación, permitiendo su cancelación sin penalización, y</p> <p>IX. El proveedor deberá implementar mecanismos que, sin contravenir a las disposiciones contractuales, permita a la persona consumidora cancelar el servicio, suscripción o membresía de manera inmediata.</p> <p>X. El proveedor deberá abstenerse de modificar unilateralmente precios durante la vigencia del contrato, y</p> <p>XI. El proveedor está obligado a informar las tarifas y condiciones de la membresía previo a la renovación del servicio, lo que implica que no podrá realizar cargos automáticos sin el consentimiento expreso del consumidor, por lo que se deberá estar a lo que dispone el segundo párrafo de la fracción VIII del presente artículo.</p>
---	---

VI. Texto normativo propuesto;

Artículo primero: Se adicionan las fracciones X y XI al artículo 76 BIS de la Ley Federal de Protección al Consumidor:

ARTICULO 76 BIS.- Las disposiciones del presente Capítulo aplican a las relaciones entre proveedores y consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología. En la celebración de dichas transacciones se cumplirá con lo siguiente:

(...)

X. El proveedor deberá abstenerse de modificar unilateralmente precios durante la vigencia del contrato, y



XI. El proveedor está obligado a informar las tarifas y condiciones de la membresía previo a la renovación del servicio, lo que implica que no podrá realizar cargos automáticos sin el consentimiento expreso del consumidor, por lo que se deberá estar a lo que dispone el segundo párrafo de la fracción VIII del presente artículo.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, se presenta ante el pleno del H. Congreso de la Ciudad de México III Legislatura, la Iniciativa con Proyecto de Decreto, para quedar como sigue:

INICIATIVA ANTE EL CONGRESO DE LA UNIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONAN LAS FRACCIONES X Y XI AL ARTÍCULO 76 BIS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN MATERIA DE TRANSPARENCIA Y PROTECCIÓN DE PERSONAS USUARIAS DE GIMNASIOS Y CENTROS DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO.

VII. ARTÍCULOS TRANSITORIOS;

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

SEGUNDO. El Congreso de la Unión contará con un plazo de hasta ciento ochenta días naturales contados a partir de la entrada en vigor del presente Decreto, para hacer las adecuaciones legales a que haya lugar.

TERCERO. En caso de ser procedente la iniciativa presentada por la Comisión o las Comisiones dictaminadoras, se solicita que la propuesta de iniciativa sea remitida al Congreso de la Unión en la Cámara de Diputados, como cámara de origen, de conformidad con la normatividad aplicable.



CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

**PAULO
GARCÍA**
DIPUTADO COYOACÁN

CUARTO. Se derogan todas aquellas disposiciones que se opongan al presente Decreto.

VIII. Lugar; XI. Fecha y XII. Nombre y rúbrica de la o el proponente.

Dado en el Recinto Legislativo de Donceles, Congreso de la Ciudad de México a los 12 días del mes de mayo del 2026

ATENTAMENTE

PAULO EMILIO
GARCÍA GONZÁLEZ
69FE236BAEE09E1CED14DB28

DIP. PAULO EMILIO GARCÍA GONZÁLEZ
Integrante del Grupo Parlamentario de
MORENA

IX. Formato de lectura fácil.



Con la presente iniciativa de modificación a la **Ley Federal de Protección al Consumidor**, se pretende establecer medidas regulatorias para prevenir prácticas abusivas en los gimnasios y centros de acondicionamiento físico en sus contrataciones y renovaciones.