



“2026, AÑO DE MARGARITA MAZA PARADA”

**SENADO DE LA REPÚBLICA
DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN
LXVI LEGISLATURA**

La que suscribe, **Senadora María del Rocío Corona Nakamura**, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Verde Ecologista de México en la LXVI Legislatura del Honorable Congreso de la Unión, con fundamento en los artículos 71, fracción II, y 73, fracción XVI, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 8, numeral 1, fracción I, 164 y demás relativos del Reglamento del Senado de la República, somete a consideración de esta Soberanía la presente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA EL ARTÍCULO 7 TER Y SE REFORMA EL ARTÍCULO 128 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, EN MATERIA DE TRANSPARENCIA Y ATENCIÓN HUMANA EN SISTEMAS AUTOMATIZADOS DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR**, al tenor de la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. Finalidad de la reforma

La atención al consumidor atraviesa una transformación acelerada. Empresas de comercio electrónico, transporte, telecomunicaciones, turismo, entretenimiento, servicios domiciliarios y venta minorista han incorporado *chatbots*, asistentes virtuales, sistemas de respuesta por voz y otras interfaces capaces de resolver preguntas, registrar solicitudes o ejecutar operaciones sin intervención humana inmediata. Estas herramientas pueden ampliar horarios, reducir tiempos de espera y atender de manera simultánea un volumen considerable de consultas. La iniciativa parte del reconocimiento de esas ventajas y no propone limitar la adopción de nuevas tecnologías.

El problema surge cuando la automatización deja de ser un apoyo y se convierte en el único canal disponible para reclamar un cobro, cancelar un servicio, solicitar una devolución, hacer efectiva una garantía o denunciar una suplantación de identidad. En esos casos, la persona consumidora puede quedar atrapada en menús repetitivos, respuestas predeterminadas o conversaciones que se reinician sin conservar la información proporcionada. La rapidez prometida por el sistema



termina produciendo un costo adicional de tiempo y, en ocasiones, la pérdida material de un derecho.

La propuesta busca corregir esa situación mediante una regla sencilla: el proveedor podrá utilizar sistemas automatizados, pero deberá informar que la interacción no es humana y garantizar el acceso a una persona capacitada cuando el asunto no pueda resolverse de manera completa, cuando se encuentre en juego un derecho o cuando la persona consumidora así lo solicite. La tecnología seguirá ocupándose de las operaciones ordinarias; la responsabilidad humana deberá permanecer disponible para los casos que requieren valoración individual.

II. Fundamento constitucional y deber de protección

El último párrafo del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos ordena que la ley proteja a las personas consumidoras y propicie su organización para el mejor cuidado de sus intereses.¹ Este mandato permite establecer medidas preventivas frente a las asimetrías que caracterizan las relaciones de consumo. No se limita a sancionar el engaño o el incumplimiento una vez producido el daño; también exige que los procedimientos de contratación, información y reclamación ofrezcan condiciones razonables para el ejercicio de los derechos.

La Suprema Corte de Justicia de la Nación ha reconocido que la protección al consumidor tiene rango constitucional y constituye un derecho fundamental orientado a reducir la desigualdad entre proveedores y usuarios.² En los entornos automatizados esa desigualdad adopta una forma específica: el proveedor diseña la interfaz, define las opciones, conserva los registros, determina cuándo puede intervenir una persona y controla la información necesaria para reconstruir el trámite. La persona consumidora solo puede utilizar las rutas que le son ofrecidas.

1 Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, artículo 28, texto vigente. Disponible en: (consulta: 26 de agosto de 2026).

2 Suprema Corte de Justicia de la Nación, Primera Sala, jurisprudencia 1a./J. 123/2022 (11a.), registro digital 2025236, “Protección al consumidor. Su alcance cubre a los usuarios del servicio de seguros y genera obligaciones para las aseguradoras privadas”, *Semanario Judicial de la Federación*, 9 de septiembre de 2022. Disponible en: (consulta: 26 de agosto de 2026).

La Ley Federal de Protección al Consumidor es de orden público e interés social. Entre sus principios se encuentran la información adecuada, la prevención y reparación de daños, el acceso a mecanismos de defensa y la protección efectiva en las transacciones realizadas mediante tecnologías digitales.³ La obligación de transparentar la naturaleza automatizada del canal y ofrecer atención humana en supuestos relevantes desarrolla esos principios sin modificar la naturaleza de la relación jurídica ni crear una categoría especial de proveedor.

III. Digitalización de las relaciones de consumo

La extensión de los canales digitales explica la necesidad de actualizar la legislación. La Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares estimó que en 2024 existían 100.2 millones de personas usuarias de internet en México, equivalentes al 83.1 por ciento de la población de seis años y más.⁴ La cifra confirma que el uso de medios digitales ya forma parte de la vida cotidiana, pero también revela diferencias de acceso y habilidades entre regiones, edades y grupos de población.

No todas las personas enfrentan de la misma manera una interfaz automatizada. Una persona adulta mayor puede comprender perfectamente la naturaleza de su reclamación y, sin embargo, tener dificultades para recorrer menús extensos. Una persona con discapacidad visual puede requerir compatibilidad con lectores de pantalla; una persona con discapacidad auditiva puede preferir atención humana por mensajería en lugar de una llamada. La regulación no debe suponer un usuario uniforme ni considerar que la existencia técnica de un canal equivale, por sí sola, a una atención accesible.

La atención automatizada tampoco se limita a las compras celebradas por internet. Una persona puede adquirir un producto en un establecimiento físico y ser remitida a una aplicación para hacer válida la garantía. Puede contratar un servicio por teléfono y recibir después atención exclusiva mediante un *chatbot*. Por ello, la

3 Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, *Ley Federal de Protección al Consumidor*, artículos 1 y 7, texto vigente; última reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el 12 de diciembre de 2025. Disponible en: (consulta: 26 de agosto de 2026).

4 Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2024. Reporte de resultados*, 6 de mayo de 2025, pp. 3-4. Disponible en: (consulta: 26 de agosto de 2026).

reforma se propone en las disposiciones generales de la ley y no únicamente en el capítulo relativo al comercio electrónico: lo decisivo es el medio utilizado para atender al consumidor, no el canal por el que comenzó la relación contractual.

IV. Alcances y límites de los sistemas automatizados

La investigación sobre *chatbots* en atención al cliente reconoce ventajas relacionadas con disponibilidad, estandarización y respuesta inmediata. También advierte que una proporción relevante de estas herramientas presenta dificultades para comprender necesidades que se apartan de los supuestos previstos en su diseño.⁵ Los estudios regionales coinciden en que la automatización puede resolver consultas simples, mientras que las reclamaciones, los problemas atípicos o las situaciones que requieren interpretación suelen necesitar intervención humana.⁶

La diferencia entre ambos tipos de interacción es central para la propuesta. Un sistema puede informar el estado de un envío, recuperar una factura o modificar un dato de contacto sin transferir la conversación. Si ejecuta de manera inmediata y completa la solicitud, la reforma permite que lo haga y únicamente exige que comunique el resultado y entregue una constancia. La atención humana se vuelve necesaria cuando la herramienta no resuelve el asunto, cuando emite respuestas incongruentes o cuando se pretende ejercer un derecho que requiere una decisión individual.

Esta solución evita dos extremos. El primero consistiría en prohibir o volver inútil la automatización aun en trámites sencillos. El segundo permitiría que el proveedor sustituyera toda forma de atención responsable por una interfaz que no puede comprender el caso ni asumir las consecuencias de su respuesta. La iniciativa conserva la eficiencia tecnológica, pero impide que la elección empresarial del canal disminuya el nivel de protección reconocido por la ley.

5 Casazola Cruz, Oswaldo Daniel; Alfaro Mariño, Gabriela; Burgos Tejada, Jhonny, y Ramos More, Oseas Antonio, “La usabilidad percibida de los chatbots sobre la atención al cliente en las organizaciones: una revisión de la literatura”, *Interfases*, núm. 14, Universidad de Lima, 2021, pp. 184-204. Disponible en: (consulta: 26 de agosto de 2026).

6 Ramos De Santis, Pedro, “Satisfacción del cliente en la logística: un análisis de chatbots en las empresas líderes de Colombia, Perú y Ecuador”, *Retos. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, vol. 14, núm. 27, 2024, pp. 115-130. Disponible en: (consulta: 26 de agosto de 2026).

V. Problemas que requieren una respuesta legislativa

a. Identificación del interlocutor

Algunos asistentes utilizan nombres, voces, imágenes o expresiones que reproducen una conversación humana. Esa apariencia puede mejorar la experiencia, pero también confundir respecto de la naturaleza y alcance de la respuesta. La persona debe saber si se comunica con un sistema automatizado o con alguien que cuenta con atribuciones para analizar el caso. La propuesta exige informar esta circunstancia desde el inicio y evita representaciones capaces de inducir razonablemente a error.

b. Derecho de salida del canal automatizado

El problema más frecuente no es la existencia del *chatbot*, sino la imposibilidad de salir de él. El nuevo artículo 7 Ter obliga a mantener una opción visible y accesible para solicitar atención humana. La transferencia será procedente, entre otros supuestos, tratándose de cancelaciones, devoluciones, garantías, cobros no reconocidos, fraude, suplantación de identidad o seguridad de una cuenta. También procederá cuando el propio sistema no pueda resolver la solicitud o cuando la complejidad del asunto exija valoración individual.

La atención humana no tendrá que prestarse necesariamente mediante llamada telefónica ni obligará a crear oficinas físicas. Podrá ofrecerse por mensajería, videocomunicación, correo electrónico u otro medio que permita una interacción individualizada. Así se preserva la proporcionalidad de la medida y se reconoce que, para determinadas personas, un canal escrito o remoto puede resultar más accesible que una conversación telefónica.

c. Continuidad, constancia y protección de plazos

La transferencia pierde utilidad cuando obliga a repetir datos, documentos y explicaciones ya proporcionados. Esa repetición aumenta los costos de tiempo, propicia contradicciones involuntarias y puede desalentar la reclamación. La iniciativa obliga a transferir el historial completo de la conversación y las gestiones

realizadas, sin perjuicio de que la persona encargada solicite aclaraciones verdaderamente necesarias.

Además, el sistema deberá generar un folio con fecha y hora y permitir conservar una copia o resumen íntegro de la interacción. La solicitud se tendrá por presentada desde su recepción automatizada. La espera, la transferencia o la indisponibilidad temporal de personal no suspenderán los plazos legales o contractuales. Esta regla es indispensable porque los registros se encuentran normalmente bajo control del proveedor, mientras la persona consumidora puede carecer de cualquier medio para acreditar que reclamó oportunamente.

d. Prevención de recorridos obstructivos

La interfaz no es neutral cuando facilita la contratación, pero vuelve deliberadamente compleja la cancelación, la devolución o el reclamo. En un sistema conversacional, el efecto obstructivo puede producirse mediante preguntas repetidas, regreso constante al menú inicial, respuestas que no reconocen expresiones equivalentes o rutas que ofrecen promociones antes de permitir el ejercicio de un derecho. La reforma prohíbe mecanismos que tengan por objeto o efecto retrasar, desalentar, dificultar o impedir el ejercicio de los derechos de las personas consumidoras.

La prohibición no implica que toda reclamación deba resolverse a favor de quien la presenta. El proveedor conserva la posibilidad de revisar antecedentes, verificar el contrato y emitir una respuesta fundada. La obligación consiste en permitir que la solicitud llegue a una instancia capaz de decidirla, quede registrada y pueda ser revisada por las vías correspondientes.

VI. Marco vigente y ubicación normativa

El artículo 7 de la Ley Federal de Protección al Consumidor obliga a los proveedores a informar y respetar precios, garantías, plazos, modalidades y demás condiciones ofrecidas o convenidas. El artículo 76 Bis regula las relaciones celebradas mediante medios electrónicos y, desde diciembre de 2025, exige mecanismos para cancelar

“2026, AÑO DE MARGARITA MAZA PARADA”

de manera inmediata servicios, suscripciones o membresías con cobro recurrente.⁷ Estos avances son relevantes, pero no regulan de manera directa la identificación de asistentes virtuales, la continuidad del historial, la transferencia a una persona ni la protección de los plazos durante la atención automatizada.

La adición de un artículo 7 Ter, inmediatamente después de las obligaciones generales del proveedor, permite que la regla se aplique con independencia del medio por el que se celebró la transacción. Esta ubicación evita restringir la protección al comercio electrónico y mantiene coherencia con el artículo 7, que contiene deberes exigibles a todo proveedor sujeto a la ley. La reforma al artículo 128 incorpora el incumplimiento al régimen sancionador ya previsto para obligaciones generales, garantías, comercio electrónico y otros derechos de consumo.

La propuesta respeta las exclusiones del artículo 5 de la propia ley. Los servicios financieros sujetos a la supervisión de las autoridades hacendarias permanecen bajo su régimen sectorial. Tampoco se condiciona la cancelación inmediata prevista en el artículo 76 Bis a la intervención de una persona: si el sistema puede ejecutar el trámite, deberá hacerlo sin demora; la atención humana no podrá convertirse en un nuevo requisito que retrase un derecho de efecto inmediato.

VII. Referentes comparados y antecedente parlamentario

El Reglamento de Inteligencia Artificial de la Unión Europea incorporó una obligación de transparencia para los sistemas destinados a interactuar directamente con personas: sus proveedores deben diseñarlos de manera que quienes los utilicen sepan que se encuentran ante un sistema de inteligencia artificial, salvo que ello resulte evidente por el contexto.⁸ La regla parte de una consideración básica y trasladable al ámbito del consumo: conocer la naturaleza del interlocutor permite comprender el alcance de la respuesta y decidir si se requiere otra vía de atención.

7 Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, *Ley Federal de Protección al Consumidor*, artículos 76 Bis y 76 Bis 1. Las fracciones VIII y IX del artículo 76 Bis fueron adicionadas mediante Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 12 de diciembre de 2025. Disponible en: (consulta: 26 de agosto de 2026).

8 Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea, Reglamento (UE) 2024/1689, de 13 de junio de 2024, por el que se establecen normas armonizadas en materia de inteligencia artificial, artículo 50, apartado 1, versión en español. Disponible en: (consulta: 26 de agosto de 2026).

España avanzó en una dirección complementaria mediante la Ley 10/2025, de servicios de atención a la clientela. Ese ordenamiento prohíbe el empleo de contestadores automáticos como medio exclusivo de atención en los supuestos regulados y reconoce la posibilidad de solicitar atención personalizada.⁹ También prevé elementos de identificación y constancia para dar seguimiento a consultas y reclamaciones. La iniciativa propuesta no copia ese régimen ni impone su estructura empresarial; recupera los componentes funcionales que resultan útiles: transparencia, salida del canal automatizado, continuidad y trazabilidad.

En el Congreso de la Unión existe un antecedente directo. En la Cámara de Diputados se presentó una iniciativa del diputado Jorge Luis Villatoro Osorio, del Grupo Parlamentario del Partido Verde Ecologista de México, para adicionar al artículo 76 Bis 1 la obligación de que exista una opción de atención por una persona durante la interacción con asistentes virtuales.¹⁰ La presente propuesta comparte esa preocupación, pero adopta una arquitectura distinta: crea una obligación general aplicable a cualquier relación de consumo, incorpora identificación del sistema, transferencia del historial, folio, protección de plazos, accesibilidad, prohibición de recorridos obstructivos y consecuencia sancionadora.

VIII. Utilidad social y proporcionalidad

La utilidad social de la reforma puede apreciarse en situaciones ordinarias. Una persona adulta mayor que intenta cancelar una membresía no debería recorrer indefinidamente opciones diseñadas para ofrecer descuentos antes de permitir la cancelación. El sistema podrá ejecutar el trámite de inmediato; si no puede hacerlo, deberá registrar la solicitud y facilitar la intervención de una persona sin alterar la fecha de presentación.

Quien detecta un cargo que no reconoce podrá iniciar la aclaración, obtener un folio y conservar la conversación. Si el caso exige revisar documentos o adoptar medidas de seguridad, la persona que continúe la atención recibirá el historial sin obligar al

9 Jefatura del Estado, España, Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela, artículo 8 y disposiciones relativas a identificación, seguimiento y constancia de consultas, quejas y reclamaciones. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 310, 27 de diciembre de 2025. Disponible en: (consulta: 26 de agosto de 2026).

10 Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, *Gaceta Parlamentaria*, año XXIX, núm. 6972-II-3, 10 de febrero de 2026, iniciativa del diputado Jorge Luis Villatoro Osorio para reformar y adicionar el artículo 76 Bis 1 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en materia de asistencia al cliente. Disponible en: (consulta: 26 de agosto de 2026).

“2026, AÑO DE MARGARITA MAZA PARADA”

consumidor a comenzar desde cero. Del mismo modo, quien pretenda hacer válida una garantía podrá adjuntar una sola vez los comprobantes y fotografías disponibles.

La reforma también genera beneficios para los proveedores que implementan correctamente estas tecnologías. Un marco claro permite diseñar interfaces compatibles con la ley desde su origen, reducir contactos repetidos, identificar fallas recurrentes y conservar evidencia de la atención. La confianza en los canales digitales aumenta cuando las personas saben que no quedarán atrapadas en ellos y que podrán solicitar una revisión individual si surge un problema.

Las obligaciones son proporcionales. No se exige atención humana durante las veinticuatro horas, no se obliga a instalar oficinas físicas y se admiten diversos canales. Cuando no exista personal disponible de manera inmediata, el sistema deberá confirmar la recepción e informar el medio y plazo de respuesta, que no podrá exceder del día hábil siguiente salvo que una norma establezca un plazo menor. El proveedor conserva libertad para organizar su operación, pero no para trasladar al consumidor el costo de una automatización que impide ejercer derechos.

IX. Convergencia con la política federal de transformación digital

El Programa Especial para la Eficiencia de la Gestión Pública 2025-2030 ha colocado entre sus orientaciones la construcción de capacidades digitales, la inclusión de quienes han permanecido fuera del entorno tecnológico y el uso de herramientas que faciliten el acceso a derechos y servicios eficientes y transparentes.¹¹ Aunque ese programa se dirige a la gestión pública, su criterio de fondo resulta pertinente para la economía digital: la tecnología debe simplificar la relación con las personas y no convertirse en una barrera adicional.

La iniciativa acompaña de manera prudente esa orientación. No crea una nueva autoridad ni impone una tecnología específica. La Procuraduría Federal del Consumidor conservará sus atribuciones actuales de orientación, vigilancia y

¹¹ Poder Ejecutivo Federal, *Programa Especial para la Eficiencia de la Gestión Pública 2025-2030*, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de agosto de 2025, en particular los objetivos relacionados con capacidades digitales, inclusión y acceso a servicios eficientes y transparentes. Disponible en: (consulta: 26 de agosto de 2026).



“2026, AÑO DE MARGARITA MAZA PARADA”

sanción; la Secretaría de Economía podrá emitir lineamientos complementarios y armonizar la Norma Mexicana aplicable al comercio electrónico. La innovación empresarial se mantiene, pero se articula con reglas mínimas de transparencia, accesibilidad y responsabilidad.

X. Consideraciones finales

Los sistemas automatizados seguirán formando parte de la atención al consumidor y sus capacidades serán cada vez más amplias. El derecho no necesita impedir esa evolución. Debe asegurar, sin embargo, que la responsabilidad del proveedor continúe siendo identificable y que la persona consumidora conserve una vía real para comprender, acreditar y resolver su solicitud.

No se propone elegir entre atención digital y atención humana. La finalidad es que ambas se complementen: la primera puede aportar rapidez y disponibilidad; la segunda debe permanecer accesible cuando el asunto exige comprensión, responsabilidad y decisión. Por estas razones se propone adicionar el artículo 7 Ter y reformar el artículo 128 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

A partir de las consideraciones expuestas, la reforma propuesta busca incorporar en la Ley Federal de Protección al Consumidor obligaciones claras y exigibles para los proveedores que utilicen sistemas automatizados de atención, sin impedir su adopción ni desconocer las ventajas que pueden ofrecer en las relaciones de consumo. Para identificar con precisión el alcance de la modificación, su ubicación dentro del ordenamiento vigente y los elementos normativos que se adicionan, se presenta el siguiente cuadro comparativo entre el texto actualmente aplicable y la propuesta legislativa.

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	
VIGENTE	PROPUESTA



[sin correlativo]	ARTÍCULO 7 Ter.- Cuando un proveedor utilice sistemas automatizados para informar, orientar o atender a las personas consumidoras antes, durante o después de una relación de consumo, deberá observar lo dispuesto en el presente artículo, con independencia del medio por el que se haya celebrado la transacción. Para efectos de este artículo, se entenderá por sistema automatizado de atención cualquier aplicación, interfaz, asistente virtual, sistema de respuesta por voz o tecnología semejante que, mediante reglas, sistemas de inteligencia artificial, interactúe con una persona consumidora sin la intervención simultánea y directa de una persona física encargada de la atención. El proveedor deberá: I. Informar de manera clara, inmediata, destacada y accesible, desde el inicio de la interacción, que la persona consumidora se encuentra comunicándose con un sistema automatizado y no con una persona; II. Evitar que el sistema utilice nombres, imágenes, voces, expresiones o representaciones que induzcan razonablemente a creer que se trata de una persona, salvo que su naturaleza automatizada se informe de manera inequívoca; III. Mantener disponible, de forma visible y accesible, una opción para solicitar atención por una persona capacitada, sin obligar al consumidor a recorrer menús repetitivos, reiniciar la interacción o proporcionar información que no resulte necesaria;
--------------------------	---

	IV. Transferir la atención a una persona cuando: a) La persona consumidora lo solicite; b) El asunto se relacione con una cancelación, rescisión, devolución, reembolso, garantía, reparación, sustitución, cobro no reconocido, reclamación, aclaración, fraude, suplantación de identidad o seguridad de la cuenta; c) Se pretenda ejercer un derecho reconocido por esta Ley, el contrato o las disposiciones aplicables; d) El sistema no pueda resolver la solicitud o emita respuestas incongruentes, incompletas o reiterativas, o e) Por la naturaleza o complejidad del asunto resulte necesaria una valoración individual; V. Transferir a la persona encargada de la atención el historial completo de la conversación, los datos, documentos y gestiones previamente proporcionados, sin exigir al consumidor que repita injustificadamente el trámite; VI. Generar inmediatamente un número de folio, fecha y hora de recepción, y permitir que la persona consumidora conserve, descargue o solicite una copia o resumen íntegro de la interacción; VII. Considerar la solicitud presentada desde la fecha y hora en que haya sido recibida por el sistema automatizado. La transferencia, espera o indisponibilidad temporal de personal no suspenderá ni interrumpirá los plazos legales, contractuales o administrativos aplicables;
--	---

	VIII. Abstenerse de diseñar o utilizar recorridos, ciclos, interfaces, respuestas o mecanismos que tengan por objeto o efecto retrasar, desalentar, dificultar o impedir el ejercicio de los derechos de las personas consumidoras; IX. Proporcionar la atención sin cargos adicionales y mediante formatos y canales accesibles para personas con discapacidad, personas adultas mayores y quienes requieran ajustes razonables, y X. Proteger la confidencialidad y seguridad de la información proporcionada durante la interacción, conforme a las disposiciones aplicables. La transferencia deberá iniciarse sin dilación indebida dentro de los horarios de atención informados por el proveedor. Cuando no exista personal disponible de manera inmediata, el sistema deberá confirmar la recepción de la solicitud e indicar el medio y plazo de respuesta, que no podrá exceder del día hábil siguiente, salvo que una disposición legal o contractual establezca un plazo menor. La atención humana podrá proporcionarse por teléfono, mensajería, videocomunicación, correo electrónico o cualquier otro medio accesible que permita una interacción individualizada. Lo dispuesto en este artículo no obligará al proveedor a establecer oficinas físicas ni a prestar atención durante las veinticuatro horas del día, salvo que otra disposición o el servicio ofrecido así lo exijan. Cuando el sistema automatizado pueda ejecutar de manera inmediata y completa la solicitud de la persona consumidora, podrá
--	--

“2026, AÑO DE MARGARITA MAZA PARADA”

	hacerlo sin transferencia, siempre que informe claramente el resultado y permita obtener la constancia correspondiente. En ningún caso la solicitud de atención humana podrá retrasar la cancelación inmediata prevista en el artículo 76 Bis, fracción IX, ni cualquier otro derecho cuyo ejercicio deba producir efectos inmediatos.
ARTÍCULO 128.- Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 7, 8, 10, 10 Bis, 12, 44, 63, 63 Bis, 63 Ter, 63 Quintus, 65, 65 Bis, 65 Bis 1, 65 Bis 2, 65 Bis 3, 65 Bis 4, 65 Bis 5, 65 Bis 6, 65 Bis 7, 66, 73, 73 Bis, 73 Ter, 73 Quáter, 73 Quintus, 74, 76 Bis, 80, 86 Bis, 87, 87 Ter, 92, 92 Ter, 98 Bis y 121 serán sancionadas con multa de \$1,093.02 a \$4,274,960.73.	ARTÍCULO 128.- Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 7, 7 Ter, 8, 10, 10 Bis, 12, 44, 63, 63 Bis, 63 Ter, 63 Quintus, 65, 65 Bis, 65 Bis 1, 65 Bis 2, 65 Bis 3, 65 Bis 4, 65 Bis 5, 65 Bis 6, 65 Bis 7, 66, 73, 73 Bis, 73 Ter, 73 Quáter, 73 Quintus, 74, 76 Bis, 80, 86 Bis, 87, 87 Ter, 92, 92 Ter, 98 Bis y 121 serán sancionadas con multa de \$1,093.02 a \$4,274,960.73.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, se somete a consideración de esta Soberanía la siguiente iniciativa con proyecto de:

DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA EL ARTÍCULO 7 TER Y SE REFORMA EL ARTÍCULO 128 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, EN MATERIA DE TRANSPARENCIA Y ATENCIÓN HUMANA EN SISTEMAS AUTOMATIZADOS DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR

Artículo Único. Se **adiciona** un artículo 7 Ter y se reforma el artículo 128 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar como sigue:

ARTÍCULO 7 Ter.- Cuando un proveedor utilice sistemas automatizados para informar, orientar o atender a las personas consumidoras antes, durante o después de una relación de consumo, deberá observar lo dispuesto en el presente artículo, con independencia del medio por el que se haya celebrado la transacción.

“2026, AÑO DE MARGARITA MAZA PARADA”

Para efectos de este artículo, se entenderá por sistema automatizado de atención cualquier aplicación, interfaz, asistente virtual, sistema de respuesta por voz o tecnología semejante que, mediante reglas, algoritmos o inteligencia artificial, interactúe con una persona consumidora sin la intervención simultánea y directa de una persona física encargada de la atención.

El proveedor deberá:

I. Informar de manera clara, inmediata, destacada y accesible, desde el inicio de la interacción, que la persona consumidora se encuentra comunicándose con un sistema automatizado y no con una persona;

II. Evitar que el sistema utilice nombres, imágenes, voces, expresiones o representaciones que induzcan razonablemente a creer que se trata de una persona, salvo que su naturaleza automatizada se informe de manera inequívoca;

III. Mantener disponible, de forma visible y accesible, una opción para solicitar atención por una persona capacitada, sin obligar al consumidor a recorrer menús repetitivos, reiniciar la interacción o proporcionar información que no resulte necesaria;

IV. Transferir la atención a una persona cuando:

- f) La persona consumidora lo solicite;**
- g) El asunto se relacione con una cancelación, rescisión, devolución, reembolso, garantía, reparación, sustitución, cobro no reconocido, reclamación, aclaración, fraude, suplantación de identidad o seguridad de la cuenta;**
- h) Se pretenda ejercer un derecho reconocido por esta Ley, el contrato o las disposiciones aplicables;**
- i) El sistema no pueda resolver la solicitud o emita respuestas incongruentes, incompletas o reiterativas, o**
- j) Por la naturaleza o complejidad del asunto resulte necesaria una valoración individual;**

V. Transferir a la persona encargada de la atención el historial completo de la conversación, los datos, documentos y gestiones previamente proporcionados, sin exigir al consumidor que repita injustificadamente el trámite;

VI. Generar inmediatamente un número de folio, fecha y hora de recepción, y permitir que la persona consumidora conserve, descargue o solicite una copia o resumen íntegro de la interacción;

VII. Considerar la solicitud presentada desde la fecha y hora en que haya sido recibida por el sistema automatizado. La transferencia, espera o indisponibilidad temporal de personal no suspenderá ni interrumpirá los plazos legales, contractuales o administrativos aplicables;

VIII. Abstenerse de diseñar o utilizar recorridos, ciclos, interfaces, respuestas o mecanismos que tengan por objeto o efecto retrasar, desalentar, dificultar o impedir el ejercicio de los derechos de las personas consumidoras;

IX. Proporcionar la atención sin cargos adicionales y mediante formatos y canales accesibles para personas con discapacidad, personas adultas mayores y quienes requieran ajustes razonables, y

X. Proteger la confidencialidad y seguridad de la información proporcionada durante la interacción, conforme a las disposiciones aplicables.

La transferencia deberá iniciarse sin dilación indebida dentro de los horarios de atención informados por el proveedor. Cuando no exista personal disponible de manera inmediata, el sistema deberá confirmar la recepción de la solicitud e indicar el medio y plazo de respuesta, que no podrá exceder del día hábil siguiente, salvo que una disposición legal o contractual establezca un plazo menor.

La atención humana podrá proporcionarse por teléfono, mensajería, videocomunicación, correo electrónico o cualquier otro medio accesible que permita una interacción individualizada. Lo dispuesto en este artículo no obligará al proveedor a establecer oficinas físicas ni a prestar atención

“2026, AÑO DE MARGARITA MAZA PARADA”

durante las veinticuatro horas del día, salvo que otra disposición o el servicio ofrecido así lo exijan.

Cuando el sistema automatizado pueda ejecutar de manera inmediata y completa la solicitud de la persona consumidora, podrá hacerlo sin transferencia, siempre que informe claramente el resultado y permita obtener la constancia correspondiente.

En ningún caso la solicitud de atención humana podrá retrasar la cancelación inmediata prevista en el artículo 76 Bis, fracción IX, ni cualquier otro derecho cuyo ejercicio deba producir efectos inmediatos.

ARTÍCULO 128.- Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 7, **7 Ter**, 8, 10, 10 Bis, 12, 44, 63, 63 Bis, 63 Ter, 63 Quintus, 65, 65 Bis, 65 Bis 1, 65 Bis 2, 65 Bis 3, 65 Bis 4, 65 Bis 5, 65 Bis 6, 65 Bis 7, 66, 73, 73 Bis, 73 Ter, 73 Quáter, 73 Quintus, 74, 76 Bis, 80, 86 Bis, 87, 87 Ter, 92, 92 Ter, 98 Bis y 121 serán sancionadas con multa de \$1,093.02 a \$4,274,960.73.

ARTÍCULOS TRANSITORIOS

Primero. El presente Decreto entrará en vigor a los ciento ochenta días naturales siguientes al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. Los proveedores que utilicen sistemas automatizados de atención deberán adecuar sus interfaces, procedimientos, canales y mecanismos de conservación de información dentro del plazo señalado en el artículo anterior.

Tercero. La Secretaría de Economía, con la participación de la Procuraduría Federal del Consumidor, emitirá dentro de los ciento veinte días naturales siguientes a la publicación del Decreto los lineamientos complementarios necesarios para su aplicación y realizará las acciones conducentes para armonizar la Norma Mexicana prevista en el artículo 76 Bis 1.

La falta de emisión de los lineamientos no suspenderá la entrada en vigor ni la exigibilidad de los derechos establecidos en el artículo 7 Ter.



“2026, AÑO DE MARGARITA MAZA PARADA”

Cuarto. Las disposiciones serán aplicables a los sistemas automatizados de atención que se encuentren operando a la fecha de entrada en vigor, independientemente de que la relación de consumo se haya iniciado con anterioridad.

Quinto. La Procuraduría Federal del Consumidor implementará las acciones de orientación, vigilancia y verificación con cargo a los recursos humanos, materiales y presupuestarios que tenga aprobados, sin que el presente Decreto implique la creación obligatoria de nuevas estructuras administrativas.

**Salón de Sesiones de la Cámara de Senadores del H. Congreso de la Unión,
a primero de septiembre de 2026.**

SUSCRIBE

**SENADORA MARÍA DEL ROCÍO CORONA NAKAMURA
GRUPO PARLAMENTARIO DEL PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO**