



PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN

FORMA B-2

Estado de Autos

Acción Colectiva 271/2022

En quince de julio de dos mil veintiséis, se da cuenta con el estado que guardan los presentes autos. **Conste.**

Ciudad de México, quince de julio de dos mil veintiséis.

1. Estado de autos. Vistas las constancias de autos, se advierte que mediante auto de tres de julio del año en curso se determinó turnar los autos a estudio, dada la complejidad y el estudio que se requiere para emitir la resolución correspondiente respecto a la forma y términos en que se debe dar cumplimiento a la sentencia de **veintinueve de julio de dos mil veinticinco**, dictada por el Segundo Tribunal Colegiado de Apelación en Materias Civil, Administrativa y Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones del Primer Circuito, en los autos del toca **250/2022**, que modificó la sentencia de emitida el **treinta y uno de agosto de dos mil quince**, por el Juzgado Cuarto de Distrito en Materia Civil en la Ciudad de México, en la acción colectiva **287/2012-II**, respecto de la notificación a las personas usuarias que podrían beneficiarse de la referida sentencia definitiva.

Al respecto se determina:

2. Propuesta de la parte actora. La parte actora, mediante escrito registrado con el número **12998** de la estadística de este órgano jurisdiccional, formuló una propuesta de parámetros de cumplimiento de la notificación del aviso autorizado en la sentencia definitiva, que hizo consistir en lo siguiente:

"(...) PRIMERO. La publicación deberá realizarse de manera simultánea en el perfil oficial de AT&T (AT&T Mx) en Instagram y en su página oficial en Facebook (AT&T Mx), verificados y vigentes.

SEGUNDO. AT&T deberá realizar una **nueva publicación activa** en el muro o feed de cada plataforma **una vez cada tres días naturales**, contados a partir de la fecha que este H. Juzgado determine. Quedando expresamente excluida como forma de cumplimiento la mera fijación o anclaje (pin) de publicaciones preexistentes.

TERCERO. Cada vez que se realice la publicación en el muro o feed, es decir, cada tres días naturales, deberá publicarse simultáneamente a través de una Historia (Story). Dado que las Historias tienen una vigencia de veinticuatro horas y su renovación periódica cada tres días garantiza una presencia visual constante y de alta prioridad en la interfaz de los usuarios durante todo el período de adhesión.

CUARTO. Las publicaciones deberán mantenerse de forma ininterrumpida durante los dieciocho meses que establece la sentencia de fecha veintinueve de julio de dos mil veinticinco como plazo para que los integrantes de la colectividad se adhieran a la acción colectiva. El número total estimado de publicaciones será de aproximadamente ciento ochenta publicaciones en el muro y/o feed más ciento ochenta Historias por plataforma, es decir, trescientas





sesenta publicaciones en el muro y/o feed y trescientas sesenta Historias en total.

Cada publicación en el muro y/o feed y cada Historia deberán contener la leyenda aprobada por Su Señoría, íntegra y sin alteraciones.

QUINTO. Los comentarios deberán permanecer activados en todas y cada una de las publicaciones que se realicen en el muro o feed, al igual que en las Historias, tanto en Instagram como en Facebook. Ya que como se ha mencionado en reiteradas ocasiones, la sección de comentarios constituye un mecanismo orgánico de difusión adicional, toda vez que permite a los usuarios compartir, etiquetar a terceros y generar interacciones que el propio algoritmo de cada plataforma interpreta como señal de relevancia, lo que amplía de forma significativa el alcance de la publicación. Restringir o desactivar los comentarios equivale a suprimir deliberadamente uno de los principales vectores de difusión disponibles en dichas plataformas, en perjuicio directo de la colectividad y en contravención al estándar de notificación establecido en el artículo 591 del Código Federal de Procedimientos Civiles."

Asimismo, mediante escrito registrado con el número **13812**, la parte actora planteó incorporar a su propuesta inicial lo siguiente:

"(...)Por lo anterior y con fundamento en el artículo 591 párrafo III y demás relativos aplicables a la petición en comento del Código Federal de Procedimientos Civiles, **SOLICITO** a su Señoría que, al momento de requerir a la parte demandada el cumplimiento de la publicación del aviso, se le ordene también publicar y mantener visible dicho anuncio en la totalidad de los canales de comunicación con clientes antes descritos, pero hecho de forma tal que cumpla con el lineamiento de la sentencia de "que mejor permitan su difusión", específicamente:

- a) En sus redes sociales: Facebook, Instagram, X (Twitter) —tanto la cuenta @ATTMx como @ATTMxAyuda—, TikTok, LinkedIn y YouTube;
- b) A través de notificación por correo electrónico a sus clientes registrados;
- c) Mediante mensaje de texto (SMS) a los números de sus suscriptores activos;
- d) En su aplicación móvil Mi AT&T, dentro del apartado de notificaciones y/o aviso principal al iniciar sesión;
- e) En el portal de internet www.att.com.mx, en la parte superior y en lugar visible y llamativo, con dimensiones, colores y proyección similares a los demás anuncios de dicho portal; y
- f) En su canal de WhatsApp (+52 55 6932 9582), mediante mensaje dirigido a la base de contactos registrados. (...)"

3. Oposición de la demandada. Por su parte, la demandada, mediante escrito registrado con el número **14013**, se opuso a la propuesta presentada por la parte actora, exponiendo, en lo conducente, lo siguiente:

"(...) Contrario a lo pretendido y "argumentado" por el representante de la colectividad, la publicación de historias (stories) en Facebook e Instagram tienen un menor alcance orgánico total (número de personas únicas que las ven) en comparación con un aviso fijo o publicación permanente (post fijo), siendo que estos no tienen fecha de caducidad, ya que un mensaje o post fijado en el feed puede seguir acumulando interacciones y mostrándose a nuevos usuarios durante días, semanas o incluso meses; así como se "consumen" mediante el desplazamiento pasivo (scrolling), es decir, el usuario simplemente baja por su pantalla y el contenido aparece automáticamente, facilitando que cuente como una visualización. Lo cual es precisamente el objetivo e incluso razón de la determinación de publicación del aviso en redes sociales de esa forma y por lo cual se concluye que las "manifestaciones" de la contraparte carecen de sustento incluso técnico de difusión; pues la publicación de un mensaje (post) fijo tiene un mayor alcance o penetración de conocimiento por los usuarios.



PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN

FORMA B-2

Adicionalmente, manifiesta el representante de la colectividad actora en su escrito de petición de mayores requisitos de publicación del aviso en redes sociales que se modifiquen las resoluciones previas emitidas al respecto por ese H. Juzgado en el sentido que mi mandante realice "una nueva publicación activa en el muro o feed de cada plataforma una vez tres días naturales ... Quedando expresamente excluida como forma de cumplimiento la mera fijación o anclaje (pin) de publicaciones preexistentes", lo cual implica, además de una carga excesiva sin sustento lógico ni legal a mi mandante al implicar (incluso por manifestación expresa de la contraparte) que por el lapso de dieciocho meses que debe mantenerse la publicación un "número total estimado de publicaciones será de aproximadamente ciento ochenta publicaciones en el muro y/o feed más ciento ochenta Historias por plataforma, es decir, trescientas sesenta publicaciones en el muro y/o feed y trescientas sesenta Historias en total", lo cual arroja en realidad al multiplicarse por las tres redes sociales a un total de mil ochenta publicaciones a cargo de mi mandante al considerar las 3 redes sociales con las que atiende a sus clientes y usuarios, lo cual, lógicamente, resulta a todas luces ilógico, exagerado y contrario a los principios de eficiencia y economía ordenados en los términos del artículo 591 del Código Federal de Procedimientos Civiles al imponer cargas exacerbadas o excesivas en su cumplimiento y razonabilidad en perjuicio de la parte demandada y además exceden los términos resueltos expresa y claramente en la sentencia definitiva al respecto del punto particular relacionado.

(...)

Así es, como se ha manifestado con antelación en el presente escrito, así como en promociones previas de mi representada, el representante de la colectividad nuevamente pretende ampliar los efectos de la resolución bajo parámetros que no fueron establecidos originalmente e incluso sustituir el criterio y determinación previa de Usía respecto de la forma y alcance que debe tener la difusión ordenada mediante la fijación de las publicaciones en cada red social, trasladando a la empresa una carga excesiva, cuya actividad resulta de difícil cumplimiento, por lo que debe considerarse como parámetros razonables de cumplimiento los que garanticen la accesibilidad, permanencia y conocimiento del aviso en beneficio de posibles miembros de la colectividad, lo cual se encuentra a la fecha considerado y cumplido en los términos previamente ordenados por ese H. Juzgado.

(...)

Bajo la misma línea de argumentación, debe considerar Usía que a la fecha y por las publicaciones realizadas en redes sociales, la finalidad perseguida por la sentencia definitiva se encuentra satisfecha, toda vez que el aviso se encuentra publicado de manera fija en las redes sociales (en los términos previamente ordenados), siendo el mismo visible y disponible para cualquier persona, no debiendo perder de vista y consideración ese H. Juzgado que adicionalmente se ordenaron diversos medios de publicidad del aviso de notificación a cargo de mi mandante, como son: (i) la colocación de avisos o carteles en la totalidad de tiendas operadas por mi mandante, (ii) publicación en la página principal de Internet, (iii) publicación del aviso en los estados de cuenta o recibos que son enviados a los clientes y usuarios, y, (iv) publicación en el portal de acciones colectivas de la Procuraduría Federal del Consumidor, con lo que se alcanza una difusión amplia y efectiva por distintos medios en beneficio de los posibles miembros de la colectividad.(...)"

4. Sentencia definitiva. Ahora bien, es necesario precisar que la sentencia definitiva de **veintinueve de julio de dos mil veinticinco**, dictada por el Segundo Tribunal Colegiado de Apelación en Materias Civil, Administrativa y Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones del Primer Circuito, el **toca 250/2022**, respecto a la acción colectiva **287/2012-II**, en relación a la notificación a las personas usuarias que podrían beneficiarse, estableció:

"274. Ahora, como punto de partida, es necesario indicar cuáles fueron los mecanismos alternos a la publicación de edictos que pueden ordenar una persona juzgadora para hacer del conocimiento a la colectividad una determinación, a saber:



1. El uso de los medios electrónicos puede tener un impacto significativo en la eficacia dotada por el legislador democrático a proceso de acciones colectivas.
2. A través de la inserción de la información correspondiente en los recibos o comunicaciones que envían las empresas a los clientes, pues son precisamente las empresas las que tienen a su alcance la plataforma con los datos de los usuarios.
3. La colocación de cartelera en lugares visibles dentro de los locales de las empresas.
4. La inscripción dentro del portal de acciones colectivas creado por la Procuraduría Federal del Consumidor, para facilitar a los consumidores el acceso de la información sobre la defensa de sus derechos.

275. Pues bien, considero que, atendiendo el tamaño, localización y otras características de la colectividad; en el caso concreto, deben emplearse como medios de notificación de la sentencia todos los mecanismos alternos por las cuatro razones siguientes.

276. **Primera razón.** En el juicio se encuentran adheridos más de 110 personas consumidoras; sin embargo, debe tenerse en cuenta que se condenó a la parte demandada por la deficiencia del servicio de radio y comunicación prestado durante los tres años y medio anteriores a la presentación de la demanda –veintinueve de febrero de dos mil doce– esto es, desde el primero de septiembre de dos mil ocho al veintinueve de febrero de dos mil doce.

277. Por tanto, una persona usuaria que haya tenido ese servicio durante esa temporalidad podría adherirse para lograr que sea resarcida en términos de la sentencia que se emite.

278. En ese sentido, considero que la característica de la colectividad es que, por el momento, si bien no se integra por un número exorbitante –más de ciento diez personas–, lo verdadero es que –por la determinación sobre la deficiencia del servicio de radio o trunking durante una temporalidad de tres años– el número de personas usuarias podría ser numeroso.

279. En consecuencia, considero que es necesario adoptar el mayor número de medios alternos de notificación, pues el universo de consumidores que podrían adherirse, si conocen la sentencia, es numeroso.

280. **Segunda razón.** En la sentencia no se circunscribió que la no demostración de la eficiencia del servicio de radio o trunking fue solo respecto a cierta localidad o espacio geográfico.

281. En ese sentido, las personas usuarias que puedan adherirse con el conocimiento de la sentencia pueden estar localizadas no solo en cierto espacio, por tanto, es necesario adoptar el mayor número de medios de comunicación para lograr la difusión de la sentencia.

282. Así, por ejemplo, esa difusión no se lograría con solo colocar carteles, pues podría ocurrir que en cierto local no se coloquen y, como consecuencia, no se conozca la sentencia.

283. **Tercera razón.** Recordemos que se condenó a la parte demandada por la deficiencia del servicio de radio y comunicación prestado durante los tres años y medio anteriores a la presentación de la demanda –veintinueve de febrero de dos mil doce– esto es, desde el primero de septiembre de dos mil ocho al veintinueve de febrero de dos mil doce.

284. Así, por el tiempo –es decir, que han pasado más de diez años–, es posible que las personas usuarias ya no tengan un relación inmediata con las empresas demandadas; por tanto, ordenar la notificación solo mediante colocación de carteles en los locales, o bien, mediante recibos o comunicación que manden las empresas a sus clientes, implicaría que todas las personas que ya no tienen relación con las empresas no conozcan la sentencia.

285. **Cuarta razón.** Ordenar la notificación por medio de todos los mecanismos señalados no genera una carga gravosa para las empresas.



PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN

FORMA B-2

286. En efecto, a su cargo solo estarían los tres primeros medios: (a) medios electrónicos; (b) recibos o comunicación que manden las empresas a sus clientes; y (c) colocación de carteles.

287. Así, considero que no es una carga excesiva para la parte demandada el hecho de notificar por esos medios ya que: (i) las empresas demandadas tienen una posición económica superior en la relación de consumo con los demandantes; (ii) las empresas son las que tienen a su alcance la posibilidad para emitir la publicidad que estimen pertinentes para acercarse a los consumidores; y (iii) la Suprema Corte señaló Toca 250/2022 que la colocación de carteles es un recurso sencillo y a bajo costo.

"(...) Conclusión. Por las razones expuestas, considero que es necesario notificarse la sentencia no solamente de manera personal al representante legal de la colectividad, sino también a través de los medios que mejor permitan su difusión y, en el caso concreto, atendiendo el tamaño, localización y otras características de la colectividad; esos medios deberán ser los siguientes:

(a) Las partes demandadas deberán insertar la información de la sentencia en: 1. Su página electrónica principal; y 2. En las redes sociales que tengan activas para difundir sus servicios o atender a los clientes.

(b) A través de la inserción de la información correspondiente en los recibos o comunicaciones que envían las empresas demandadas a los clientes.

(c) La colocación de cartelera en lugares visibles dentro de los locales de las empresas demandadas. Al respecto, como este medio se catalogó de bajo costo, entonces, solo deben ubicarse en los locales de mayor afluencia, pero cuidando que -mínimo- en cada Estado de la República se coloquen en diez locales.

(d) La inscripción dentro del portal de acciones colectivas creado por la Procuraduría Federal del Consumidor, para lo cual se deberá ordenar girar un oficio a dicho organismo a fin de que realice la inscripción, y la encargada de dar trámite al oficio es la parte actora.

EN MATERIA DE CONCESIÓN RESPECTO AL CUMPLIMIENTO DE LAS EJECUTORIAS DE AMPARO D.C. 223/2024 Y 264/2024 SE DETERMINA:

289. En relación, la leyenda que deberá publicarse en los medios alternos referidos es la siguiente:

"ACCIÓN COLECTIVA

A toda persona usuaria de Nextel (hoy AT&T) que contrató el servicio de radio o trunking dentro del periodo comprendido entre septiembre de dos mil ocho al veintinueve de febrero de dos mil doce, se le informa que existe una sentencia de condena en la que se determinó que dicha compañía debe reembolsar los pagos que efectuó el usuario por dicho servicio, más una bonificación del veinte por ciento, ya que dicha compañía no lo prestó de manera eficiente, así como los gastos y honorarios que la tramitación del procedimiento correspondiente genere.

Si es tu voluntad adherirte a la acción colectiva a fin de obtener las cantidades condenadas, cuentas con el plazo de dieciocho meses para hacerlo.

Por lo que si deseas más información puedes acudir al Juzgado Segundo de Distrito en Materia Civil en la Ciudad de México y preguntar por la acción colectiva 271/2022, o comunicarte directamente con la representante común de la colectividad LM Krasovsky Asociados, Sociedad Civil, a través de Luis Miguel Krasovsky Prieto, cuyos datos de contacto se pueden consultar en la página de internet www.krasovsky.com.mx

290. De conformidad con el artículo 594 del Código Federal de Procedimientos Civiles, la publicación de la leyenda en los medios alternos de notificación de la sentencia debe efectuarse durante los dieciocho meses posteriores a que la sentencia cause estado.





**SE CONTINÚA CON LA REITERACIÓN DE CONSIDERACIONES QUE NO
FUERON MATERIA DE CONCESIÓN EN LAS EJECUTORIAS DE AMPARO
D.C. 223/2024 Y 264/2024:**

291. Por último, se requiere a la parte demandada para que en el plazo de treinta días hábiles contados a partir de que se notifique la presente resolución –tiempo que se considera razonable por las gestiones que habrá de hacer–, demuestren que llevaron a cabo las acciones correspondientes para notificar a las personas usuarias de sus servicios que pudieran beneficiarse de la presente resolución en los términos de la presente determinación.

292. Lo anterior, con el apercibimiento que de no hacerlo, se harán acreedores a una multa por el equivalente a cien días de salario mínimo general vigente en la Ciudad de México, de conformidad con el artículo 612, fracción I, del Código Federal de Procedimientos Civiles, aplicable para los juicios de acciones colectivas¹.

293. El monto de la multa se considera idóneo porque: (a) el máximo que puede imponerse es el de 30,000 días de salario mínimo, por lo que 100 días es una proporción pequeña al máximo de la multa que se puede imponer; (b) La orden de notificar la sentencia debe realizarse con el apercibimiento, a fin de que se logre su realización en el tiempo establecido, lo cual es importe para que la colectividad –de forma rápida– conozca la sentencia, cuestión que es acorde al principio de justicia pronta; (c) el monto de la multa no es exorbitante, sino un punto considerable para que la parte demandada no deje de observar la orden dada; y (d) la parte demandada cuenta con capacidad económica para cubrirla, pues es una empresa que presta servicios de telecomunicaciones.(...)”

5. Actuaciones tendentes a cumplimentar la notificación de la sentencia definitiva. A efecto de dar cumplimiento a la sentencia citada, respecto al tema de la notificación a las personas usuarias del servicio prestado por Nextel, (hoy AT&T comunicaciones digitales , sociedad de responsabilidad limitada de capital variable,) que podrían beneficiarse de dicha resolución, se han dictado diversos proveídos, a saber:

I. Por auto de nueve de marzo del año en curso se requirió a la parte demandada para que, dentro del plazo de treinta días, diera cumplimiento a lo resuelto en la sentencia de segunda instancia y publicara el aviso que ordenó el tribunal colegiado en los medios que estableció.

II. A través del auto de veinticinco de marzo de dos mil veintiséis se solicitó a la Procuraduría Federal del Consumidor para que, en el plazo de tres días, inscribiera en su portal de acciones colectivas la leyenda especificada en la sentencia definitiva para notificar a los usuarios beneficiados.

Dicha dependencia informó el cumplimiento a lo petitionado mediante promoción 6921 del índice de este juzgado, por lo que

¹ “Artículo 612.- Los tribunales para hacer cumplir sus determinaciones, pueden emplear, a discreción, los siguientes medios de apremio: I. Multa hasta por la cantidad equivalente a treinta mil días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal, cantidad que podrá aplicarse por cada día que transcurra sin cumplimentarse lo ordenado por el juez. (...)”



PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN

FORMA B-2

mediante auto de diecisiete de abril del año en curso se tuvo por cumplido dicho mandato judicial.

III. Mediante proveído de veintinueve de abril del año en curso, la parte demandada informó que había publicado en sus redes sociales Facebook, Instagram y "X" (anteriormente twitter) de usuarios @ATTMX y @AT&T MX el aviso que se ordenó en la sentencia de segunda instancia, lo que se constató y se hizo patente en la certificación correspondiente, por lo que se tuvo por cumplido, el requerimiento formulado.

Asimismo, se le requirió para que dentro del plazo de tres días publicara el aviso en su página de internet, precisando que debía ser en su página principal de forma llamativa y de fácil acceso.

Por último, se le concedió la prórroga de treinta días más para dar poder colocar el aviso en sus estados de cuenta y fijación de carteles en sus sucursales.

IV. En proveído de trece de mayo del año en curso, se tuvo a la parte demandada informando que había publicado en su página de internet el aviso que se le ordenó; y se dio vista a la parte actora, para que dentro del plazo concedido, manifestara lo que a su interés conviniera.

V. Posteriormente, por auto de veintiuno de mayo pasado, se tuvo a la parte actora desahogando la vista ordenada en el proveído referido en el punto anterior y se determinó no tener por cumplida la publicación del anuncio en su página de internet, dado que el mismo se ubicaba al final de la misma, las letras empleadas eran de menor proporción a las de los demás spots que ahí se anunciaban. De ahí que se le requirió para que subiera el anuncio al carrusel superior de la página, para ser apreciado entre los anuncios iniciales, con las características de tener las mismas dimensiones, similares colores y proyección que se los demás anuncio que ahí se presentaban.

Por otra parte, se requirió a la parte demandada para que, dentro del plazo de tres días, fijara el anuncio de la acción colectiva en sus redes sociales, Facebook, Instagram y Twitter (actualmente "X"), durante todo el periodo de adhesión.





VI. Para poder cumplir con el requerimiento del auto que antecede, la parte demandada solicitó una prórroga de quince días, la cual, no fue otorgada y solo se le concedió cinco días.

VII. En contra del proveído de veintiuno de mayo anterior, la demandada interpuso recurso de revocación, en la que medularmente esgrimió como agravios, que se transgredieron los principios de inmutabilidad de la resolución, cosa juzgada y preclusión, al haberse dictado un proveído en que se tenía por cumplido el requerimiento formulado a la demandad en autos y posteriormente se emitía otro en el que se le tenía por no cumplida y se le formulaba un nuevo requerimiento de cumplimiento, incorporando elementos que no había sido materia de la sentencia a cumplimentar.

Los cuales, fueron calificados de infundados, bajo el argumento total de que la obligación contenida en la sentencia citada en párrafos que anteceden es de tracto sucesivo, de cumplimiento periódico, que se debe llevar a cabo de momento a momento, que está sujeto a un lapso de tiempo y no se agota en un solo instante. Asimismo, se soslayó que la directriz central de la resolución a cumplimentar estriba en que se le dé en todo tiempo la mayor difusión, de fácil acceso y de forma vistosa al aviso de adhesión a la acción colectiva, a efecto de llegar al mayor número posible de consumidores afectados.

VIII. En cumplimiento al auto de veintiuno de mayo pasado, se tuvo a la parte demandada informando la fijación que había hecho en sus redes sociales del anuncio de la colectividad, a lo que le recayó el proveído de ocho de junio de la presente anualidad, en el que se le tuvo dando cumplimiento al requerimiento que se le formulo, con la salvedad de que debía mantener el anuncio fijo, considerando la naturaleza de tracto sucesivo de la obligación.

Por otra parte, se le requirió para que dentro del plazo de veinticuatro horas diera cumplimiento a colocar el carrusel principal de su página de internet, el anuncio de la colectividad, conforma a los lineamientos que se le apuntaron.

6. Parámetros otorgados en la sentencia definitiva bajo los cuales deberá de verificarse la efectiva notificación a las personas usuarias que podrían beneficiarse. Ahora bien, para determinar los

lineamientos que deben seguirse para el cumplimiento de la sentencia de esta acción colectiva, respecto a la notificación a la colectividad que no se encuentra adherida a la misma, debe tenerse en consideración lo siguiente:

En la multicitada sentencia se dejó claramente establecido que atendiendo al tamaño, localización y otras características de la colectividad, debía de emplearse como medios de notificación de la sentencia los mecanismos alternativos siguientes:

1. El uso de los medios electrónicos.
2. La inserción de la información correspondiente en los recibos y comunicaciones que envía la empresa a los clientes.
3. La colocación de cartelera en lugares visibles dentro de los locales de la empresa.
4. La inserción dentro del portal de acciones colectivas creado por la Procuraduría Federal del Consumidor.

Por ello se resolvió que la sentencia no solo debía de notificarse al representante legal de la colectividad, sino también a través de los medios que mejor permitieran su difusión, los cuales debían ser los siguientes:

(a) Las partes demandadas deberán insertar la información de la sentencia en: 1. Su página electrónica principal; y 2. En las redes sociales que tengan activas para difundir sus servicios o atender a los clientes.

(b) A través de la inserción de la información correspondiente en los recibos o comunicaciones que envían las empresas demandadas a los clientes.

(c) La colocación de cartelera en lugares visibles dentro de los locales de las empresas demandadas. Al respecto, como este medio se catalogó de bajo costo, entonces, solo deben ubicarse en los locales de mayor afluencia, pero cuidando que —mínimo— en cada Estado de la República se coloquen en diez locales.

(d) La inscripción dentro del portal de acciones colectivas creado por la Procuraduría Federal del Consumidor, para lo cual se deberá



ordenar girar un oficio a dicho organismo a fin de que realice la inscripción, y la encargada de dar trámite al oficio es la parte actora.

Ahora, en principio, es necesario tener en consideración lo resuelto por el máximo tribunal del país al resolver la contradicción de tesis 13/2021 que dio paso a la jurisprudencia de rubro siguiente: **"ACCIONES COLECTIVAS EN SENTIDO ESTRICTO E INDIVIDUAL HOMOGÉNEA. LA NOTIFICACIÓN A LOS INTEGRANTES DE LA COLECTIVIDAD SOBRE EL INICIO DE SU EJERCICIO, PUEDE EFECTUARSE POR MEDIOS ALTERNOS A LA PUBLICACIÓN DE EDICTOS, EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 591 DEL CÓDIGO FEDERAL DE PROCEDIMIENTOS CIVILES."**², precedente que además de ser obligatoria su aplicación y observancia por el suscrito, fue citado por el Segundo Tribunal Colegiado de Apelación en Materias Civil, Administrativa y Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones del Primer Circuito, en los autos del toca 250/2022, que modificó la sentencia de emitida el treinta y uno de agosto de dos mil quince, por el Juzgado Cuarto de Distrito en Materia Civil en la Ciudad de México, en la acción colectiva 287/2012-II.

En dicha contradicción de tesis se estableció sustancialmente que, tratándose de acciones colectivas donde el objetivo principal es que la colectividad afectada pueda demandar la reparación del daño causado y su indemnización, deben adoptarse nuevas herramientas que conlleven a integrar dicha finalidad en el contexto jurídico y social en el que se enmarcan.

Así, señaló que el uso de los medios electrónicos puede tener un impacto significativo para que los interesados se enteren y, en su caso, adherirse al procedimiento, en virtud de que actualmente es más sencillo acceder a un dispositivo electrónico para conocer pormenores de los productos y servicios que la demandada ofrece.

Se determinó que la comunicación en el proceso debe ser una medida dispuesta a favor de los consumidores, así como que el principio de publicidad de las acciones colectivas debe guiar su tramitación, pues solo a partir de una mayor difusión se logrará la organización de los

² Registro digital: 2024825, Instancia: Primera Sala, Undécima Época, Materia(s): Civil, Tesis: 1a./J. 26/2022 (11a.), Fuente: Gaceta del Semanario Judicial de la Federación, Libro 14, Junio de 2022, Tomo V, página 4582, Tipo: Jurisprudencia



individuos para la protección constitucional

SER ADOLU LA FEDERACION

MARQUE TELU MORALS
06/29/11/23/24



individuos para la protección y defensa de sus derechos, a la luz del 17 constitucional.

Por ello, se señaló que las personas juzgadoras deben de asumir en los procesos colectivos un rol de dirección del proceso mucho más activo, por lo que están en aptitud de ordenar que la notificación se realice mediante los mecanismos que estimen pertinentes para garantizar la plena identificación de la colectividad o grupos que pudieran ser incorporados, por resultar beneficiarios de la determinación que al efecto se emita, aunque ello implique una carga adicional para una de las partes.

7. Lineamientos. Con base en lo anterior, es que se procede a emitir los parámetros bajos los cuales debe realizarse la notificación a las personas usuarias que podrían beneficiarse de la presente acción colectiva, en cada uno de los medios establecidos por el tribunal de alzada, durante el periodo de dieciocho meses.

Con la aclaración de que las herramientas, métodos, plazos y directrices que a continuación se establecen, se instauran como un mecanismo para optimizar los elementos de la sentencia y con ello se pueda materializar el eficaz cumplimiento de la misma, sin alterarla ni modificarla de forma alguna, ya que lo que aquí se resuelve considera los factores intrínsecos de la misma y que se traslucen de su análisis acucioso, a la luz de su propósito y finalidad:

I. Inserción de la información de la sentencia en su página electrónica principal. Tal como se señaló en los antecedentes narrados, por auto de veintiuno de mayo pasado se determinó no tener por cumplida la publicación del anuncio en la página de internet de la demanda a través del anuncio inserto, dado que el mismo se ubica al final de la misma y las letras empleadas eran de menor proporción a las de los demás spots que ahí se anunciaban.

Elo fue así ya que del análisis de los anuncios que se exhiben en la página de internet de la demandada, se advertía una clara discrepancia entre el spot que se le pidió publicar y los demás, en cuanto a elementos de tamaño, forma, proyección y lo llamativos que resultan, por lo que, al ser superiores, provocan que la persona que visita la



página pierda de vista el aviso y se encuentre más atraído por los demás, lo que resta accesibilidad al anuncio de la presente acción colectiva.

De ahí que se le requirió para que subiera el aviso al carrusel superior de la página, para ser apreciado entre los anuncios iniciales, con las características de tener las mismas dimensiones, similares colores y proyección que se los demás que ahí se presentaban, pues solo así puede considerarse que la notificación de la sentencia definitiva, hecha por este medio, cumple con las características de mayor difusión, idoneidad, amplitud y localización.

Lo anterior, ya que con ello se permite al público consumidor ver el anuncio en primer plano y de forma preponderante, de lo contrario, permitir que el anuncio siga al final de la página de la demanda, dificulta a los usuarios enterarse de un anuncio que puede ser de su interés y provecho, por lo que no se cumple con que el principio de que la comunicación empleada por dicho medio electrónico sea a favor de los consumidores.

De ahí que el anuncio en la página de internet de la demandada debe realizarse en los términos descrito en el auto de veintiuno de mayo pasado.

II. Inserción de la información de la sentencia en las redes sociales que tengan activas para difundir sus servicios o atender a los clientes. Primeramente, conviene tener claro el concepto de red social, que resulta medular para comprender los medios de divulgación que se contemplan y descartar los que se encuentran fuera de ese contexto y expresión.

Así, las redes sociales pueden definirse, según el diccionario de la Real Academia Española, como **Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.**³

Asimismo, según la página de internet *Concepto*, las redes sociales son **plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común (como amistad, parentesco, trabajo). Las redes sociales permiten el**

³ red | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE



PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN

FORMA B-2

contacto entre personas y funcionan como un medio para comunicarse e intercambiar información⁴.

Ahora bien, como ya se precisó con anterioridad, mediante proveído de veintinueve de abril del año en curso, la parte demandada informó que había publicado en sus redes sociales Facebook, Instagram y "X" (anteriormente twitter) en los usuarios @ATTMX y @AT&T MX el aviso que se ordenó en la sentencia de segunda instancia; posteriormente, por auto de veintiuno de mayo pasado, se le requirió para que fijara dicho anuncio en las referidas redes sociales, durante todo el periodo de adhesión, por lo que, en auto de ocho de junio de la presente anualidad, se tuvo a la parte demandada informando la fijación del multicitado anuncio en sus redes sociales.

No obstante, el representante de la colectividad, a través del escrito registrado como 12469, manifestó que la acción de la demandada de únicamente anclar la publicación preexistente en la parte superior de sus perfiles era insuficiente para cumplir lo ordenado por este juzgado ya que dicha publicación solo podrá ser vista por quien decida visitar dichos perfiles, lo que no cumple con la necesidad de distribución activa del contenido en el muro y feed de los usuarios, para que la información llegue a las personas y no las personas a la información, por lo que dice que lo que realiza la enjuiciada es transferir al usuario la carga de buscar la información en lugar de hacérsela llegar.

Lo expuesto por la colectividad actora se considera correcto, pues como ha sido resultó por el tribunal de alzada, el empleo de mecanismos alternos de notificación a la colectividad no adherida a este procedimiento se considera fundamental para logra el fin con el que fue promovida y lograr la reparación e indemnización de los daños causado por la empresa demandada a todos y cada uno de los usuarios que se encuentran en los supuestos de hecho y derecho que se protegieron a través de la sentencia definitiva.

En ese sentido, el uso de las redes sociales para la difusión de la notificación en cuestión se considera elemental y de gran relevancia, ya que actualmente es el medio interactivo que mayor impacto puede tener

⁴ Redes sociales - Qué son, tipos, ventajas y desventajas





efime
Papel

para hacer llegar la información a los usuarios no localizables y que fueron afectados por la conducta de la demandada sancionada.

En ese sentido, el hecho de haberse realizado por una sola ocasión la publicación del aviso en las redes sociales referidas por la demandada y haberse fijado en su perfil la misma, no puede ser considerada que como una divulgación eficiente del aviso para notificar al universo de usuarios afectados por el servicio prestado por Nextel (hoy AT&T) de radio o trunking entre septiembre de dos mil ocho a febrero de dos mil doce, pues como se sostiene por la Suprema Corte de Justicia de la Nación en la contradicción de tesis 13/2021 la comunicación del proceso **debe ser una medida dispuesta a favor de los consumidores** y, por tanto, no puede constituirse como una barrera que interfiera en la consecución de la acción colectiva.

Una publicación en redes sociales, hecha por una ocasión, aunque sea fijada en el perfil de las redes sociales de la demandada no es suficiente para hacer llegar la información a las personas afectadas por el servicio deficiente prestado por enjuiciada y no adheridas a la colectividad, dado que el alcance orgánico de una publicación depende no solo de que la información esté disponible en el perfil, sino fundamentalmente de que la frecuencia de publicación y de la interacción de los usuarios con esa publicación.

En efecto, es importante destacar que el universo de posibles adherentes está integrado por usuarios del servicio de radio o trunking prestado entre septiembre de dos mil ocho y febrero de dos mil doce, potencialmente distribuidos en todo el país y, en su mayoría, sin relación actual con la empresa.

En ese contexto, la mera fijación (pin) de una publicación en el perfil, que además tiene los comentario silenciados, solo alcanza a quien visita intencionalmente el perfil, por lo que si bien dicha acción es necesaria, resulta insuficiente para los fines con los que se ordena, pues para aproximarse a usuarios que no siguen a la demandada se requiere republicación activa en el muro o feed, que es lo que las plataformas distribuyen algorítmicamente, así como hacer uso de los mecanismos que pone a disposición la referidas redes sociales consistente en "historias" las cuales tienen gran visibilidad, sin embargo, su vigencia es

MARQUE, TELÉFONOS
06 52 11 33 34



PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN

FORMA B-2

efímera –tan solo de veinticuatro horas-, por lo que deben archivar-se para dejar constancia auditable.

Asimismo, el hecho de que en las publicaciones que se ordenan se permitan los comentarios y demás interacciones amplían el alcance de dicha publicación, de modo que restringirlos lo suprime, pues se debe recordar que el destinatario real de la notificación ordenada puede ser un ex usuario de Nextel que probablemente no siga en redes sociales a AT&T, por lo que el alcance orgánico de las publicaciones solo se logra de forma indirecta, a través de interacciones, compartir la publicación y etiquetar a terceros.

Entonces, para que la difusión digital llegue al mayor número posible de destinatarios mediante alcance orgánico (sin campañas publicitarias pagadas), se fijan a AT&T comunicaciones digitales, sociedad de responsabilidad limitada de capital variable, los siguientes lineamientos de difusión del aviso autorizado en la sentencia definitiva, mediante redes sociales, lo que deberá observar durante todo el plazo de dieciocho meses a que fue condenada:

PRIMERO. Cuentas oficiales. La publicación se realizará en todas las cuentas oficiales activas en el país, verificadas y públicas de la demandada, en las cuales se difundan sus servicios o se atienda a sus clientes; al menos en:

- Facebook: usuario AT&T Mx
- Instagram: usuario ATTMX
- X (Twitter): usuario @ATTMx
- TikTok: usuario attmx

SEGUNDO. Publicación permanente. En las redes sociales mencionadas en el punto anterior, **deberá mantenerse fijada, de forma ininterrumpida durante los dieciocho meses, la publicación del aviso con el que se notificará a los usuarios que podrían beneficiarse de la presente acción colectiva, fijada o anclada en el perfil, de modo que sea visible a quien consulte el perfil.**



Deberá además permitirse interactuar con dicha publicación, por lo que deberán de estar habilitados los comentarios y la opción de compartir.

TERCERO. Republicación activa y en historias. Además de la publicación fija, la demandada deberá de realizar una nueva publicación activa del aviso autorizado en la sentencia definitiva, en el muro o feed de cada una de sus redes sociales antes señaladas, cada siete días naturales, durante los primeros seis meses.

Del mes siete al doce las publicaciones periódicas serán una vez cada quince días; mientras que de los meses trece a dieciocho deberá ser nuevamente con una frecuencia de siete días naturales.

Adicional a ello, en cada día de republicación difundirá simultáneamente una historia (Story) del aviso a la colectividad no adherida, la cual, posteriormente, deberá de guardarse como historia (Story) Destacada/Highlight fechada y permanente en el perfil, para dejar constancia auditable.

CUARTO. No restricción. En todas las publicaciones e historias (Story) los comentarios y la opción de compartir deberán permanecer habilitados y la audiencia deberá ser pública.

Queda prohibido desactivar comentarios, restringir la audiencia u ocultar, filtrar o limitar por cualquier medio el alcance de la publicación.

QUINTO. Formato accesible. El aviso autorizado en la sentencia definitiva deberá reproducirse íntegro, sin alteraciones, de forma legible en cuanto a contraste y tamaño; además el aviso deberá de reproducirse como texto de la publicación y como imagen.

SEXTO. Inicio y duración. La demandada deberá iniciar la publicación del multicitado aviso con los lineamientos aquí establecidos dentro de los tres días hábiles siguientes a la notificación de este acuerdo, y continuarla durante los dieciocho meses previstos en el artículo 594 del Código Federal de Procedimientos Civiles.

SÉPTIMO. Acreditación mensual. Dentro de los primeros cinco días hábiles de cada mes, la demandada exhibirá ante este juzgado: (a)





PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN

FORMA B-2

los enlaces (URL) públicos de la publicación fija, de cada republicación en el feed y de la destacada en historia (Story); (b) capturas de pantalla fechadas de cada una; y (c) el reporte de estadísticas propias de la plataforma (alcance, impresiones o cuentas alcanzadas) del período, a fin de acreditar el alcance real de la difusión.

No se adopta la frecuencia de una publicación cada tres días propuesta por la actora, porque la republicación idéntica y muy frecuente puede ser degradada por las propias plataformas como contenido no deseado o spam —reduciendo el alcance— y con ello tener un efecto no deseado.

Asimismo, se aclara que, los parámetros de publicación del aviso autorizado en la sentencia definitiva en las redes sociales de la demandada, no son una carga excesiva para dicha parte, puesto que, con la mecánica de publicación determinada, no se actualizan costos en su contra, pues las publicaciones que se realizan en las redes sociales tanto en el muro o feed, como en historias, son gratuitas, además, si bien dichas publicaciones son realizadas por empleados o contratistas de la enjuiciada, encargados de llevar sus redes sociales, lo cierto es que dicho gasto ya está contemplado y absorbido por AT&T comunicaciones digitales, sociedad de responsabilidad limitada de capital variable como parte de sus mecanismo de comercio y publicidad.

III. Inserción de la información correspondiente en los recibos o comunicaciones que envían las empresas demandadas a los clientes. En relación al cumplimiento a este punto, AT&T comunicaciones digitales, sociedad de responsabilidad limitada de capital variable, mediante escrito con registro 13041, manifestó bajo protesta de decir verdad que dicha acción se realizó a partir del ciclo de facturación abril/mayo de dos mil veintiséis, lo cual dijo se acreditaba con la copia de los estados de cuenta y facturas de los usuarios emitidos en los meses referidos y a través de la fe de hechos contenida en el instrumento público treinta y un mil quinientos ochenta y cuatro emitida por el corredor público treinta y nueve de esta ciudad de diez de junio de este año, en la que dice, consta el aviso de notificación de referencia a través del “muestreo” aleatorio de estados de cuenta y facturas que se emiten a usuarios de planes personales o residenciales, empresariales y de prepago, habiendo tenido acceso al sistema en el cual se encuentra





almacenados la totalidad de los estados de cuenta y facturas que son emitidas.

Del análisis de las documentales descritas en el párrafo anterior se corrobora el cumplimiento que dio la demanda a su obligación de insertar el aviso autorizado en la sentencia definitiva en los recibos o comunicaciones que envían a sus clientes en el periodo de abril/mayo de este año; por lo que, la forma de realizar esta publicación se tiene por satisfecha con las características realizadas, sin perjuicio de verificar su cumplimiento periódico.

Sin que pasen desapercibidas la manifestaciones del representante común de la colectividad en las que refiere que la publicación del aviso en los estados de cuenta no es vistoso, de fácil acceso y que permita la difusión del mismo, ya que si bien la demandada dice que la envió a más de veinte millones de personas, prácticamente ninguna respondió, por lo que solicita que se ordene que se cumpla con dichos parámetros poniendo color o haciéndolo más llamativo.

Sin embargo, no se provee de conformidad lo peticionado, ya que no se puede obligar a la demandada a que cumpla con acciones que impliquen costos adicionales a los que ya genera con la propia actividad comercial que realiza de manera rutinaria, puesto que, el aviso se insertó en el mismo tamaño de letra que la demás información con la que cuenta el documento y en iguales dimensiones que el resto de información contenida, por lo que, el hecho de que, a decir de la parte actora, no haya generado la reacción de los usuarios a los que se envió, no puede atribuirse a dichos factores, ya que como se ha venido sosteniendo en este proveído, las personas usuarias que podrían beneficiarse de la presente acción colectiva, eran clientes de Nextel, que incluso podrían ya no tener una relación comercial con AT&T comunicaciones digitales, sociedad de responsabilidad limitada de capital variable.

En ese sentido, únicamente **se ordena a la demandada a que durante los siguientes diecisiete periodos de emisión de los estados de cuenta**, continúe emitiéndolos con la inserción del aviso autorizado en la sentencia definitiva para notificar a los posibles beneficiarios de la presente acción colectiva no adheridos.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
SECRETARÍA DE ECONOMÍA
CALLE DE MEXICO 100
06000 MEXICO D.F.

Lo cual deberá de continuar acreditando de manera mensual a través de similares documentales a las exhibidas con su escrito 13041.

IV. La colocación de cartelería en lugares visibles dentro de los locales de las empresas demandadas. Para acreditar el cumplimiento de esta obligación la demandada exhibió junto a su escrito registrado como 13041 un dispositivo electrónico USB en el que dice agregar la evidencia fotográfica de la colocación en un "portacartas" del referido aviso en cada uno de las trescientas veintitrés tiendas que tiene en el país, ya que si bien en la sentencia definitiva se determinó que el aviso debía colocarse en los locales de mayor afluencia, pero cuidando que -mínimo- en cada Estado de la República se coloquen en diez locales, manifiesta bajo protesta de decir verdad que en diversos estados no cuenta con un total de diez tiendas o locales o incluso en algunas ciudades no cuenta con locales de atención al público, por lo que, colocó el aviso en todas sus tiendas.

Al respecto debe señalarse que este juzgador no considera que a través de la exhibición del dispositivo electrónico USB que contiene diversas fotografías y documentos en formato Word, PDF y JPG se acredite el cumplimiento al medio de difusión del aviso autorizado en la sentencia definitiva, a través de la colocación de cartelería, ya que si bien se advierten múltiples fotografías del aviso colocado en un portacartas, no hay manera de corroborar que efectivamente se encuentren colocados en todas las tienda de la enjuiciada, pues solo se trata de indicios que no pueden ser administrados con ningún otro elemento probatorio para verificar la veracidad de las manifestaciones hechas por AT&T comunicaciones digitales, sociedad de responsabilidad limitada de capital variable.

Aunado a lo anterior, es de suma importancia destacar que, en la sentencia que rige el presente asunto, se determinó que la demanda debía colocar cartelería en lugares visibles dentro de sus locales, sin embargo, de las fotografías que contiene el dispositivo electrónico USB, así como por el dicho de la propia sentenciada, se logra apreciar que solo fueron colocados en "portacartas", lo que genera la presunción de que estos se encuentran impresos en un tamaño pequeño, que dificulta la lectura para cualquier persona que no se encuentre cuando menos a treinta centímetros del aviso.



Dicha circunstancia hace que no se cumpla con la característica de que la difusión del multicitado aviso, a través de este medio alternativo de comunicación, sea visible en los locales de la demandada, ni mucho menos de que se encuentre en carteles.

Para que un cartel fijo resulte de fácil acceso y vistoso no basta con su colocación: su eficacia depende de que sea legible a la distancia a la que transita el público y de que destaque frente a la publicidad comercial del local.

Conforme a criterios estándar de comunicación visual en punto de venta, la legibilidad de un texto guarda relación directa con la altura de la letra —una regla ampliamente aceptada estima cerca de un centímetro de altura de letra por cada tres metros de distancia de lectura— y con el contraste entre texto y fondo.

Por lo anterior, respecto a la cartelería se fijan los siguientes lineamientos:

PRIMERO. Locales. Los carteles se colocarán en los locales de mayor afluencia de la demandada, cuidando que —como mínimo— en cada Estado de la República se instalen en diez locales, conforme a la sentencia. En cada local se colocará al menos un cartel en la zona de entrada y otro en la zona de espera o de caja.

SEGUNDO. Formato y tamaño. Cada cartel tendrá un tamaño mínimo de 59.4x84.1 centímetros (formato A1), en disposición vertical.

TERCERO. Tipografía y alturas de letra. El texto será legible según la siguiente jerarquía mínima de altura de carácter (tamaño del texto): (a) encabezado o título del aviso, altura no menor a cinco centímetros; (b) cuerpo del aviso con la leyenda integra aprobada, altura no menor a un centímetro y medio; y (c) datos de contacto, plazo y referencias, altura no menor a un centímetro. En ningún caso se emplearán tamaños que dificulten la lectura ordinaria.

CUARTO. Contraste y diseño. El aviso se imprimirá con alto contraste entre texto y fondo (texto oscuro sobre fondo claro o a la inversa), con una jerarquía visual clara que priorice el encabezado, y con un color o composición que lo distinga de la publicidad comercial del

local, de modo que no quede diluido entre otros anuncios. La leyenda aprobada se reproducirá íntegra y sin alteraciones.

QUINTO. Ubicación y permanencia. Los carteles se fijarán a la altura de la vista -con su centro a aproximadamente un metro con cincuenta centímetros del piso, en lugares visibles y de libre acceso al público, sin obstrucciones. Deberán permanecer instalados y en buen estado de conservación de forma ininterrumpida durante todo el plazo; el deterioro, retiro u ocultamiento equivaldrá a incumplimiento.

SEXTO. Inicio y duración. La demandada deberá colocar los carteles que cumplan con estos lineamientos dentro de los treinta días hábiles siguientes a la notificación de este acuerdo, y sostenerlos durante los dieciocho meses previstos en el artículo 594 del Código Federal de Procedimientos Civiles, por lo que, una vez colocado el nuevo se retirará los que haya sido instalados actualmente.

SÉPTIMO. Acreditación mensual. Dentro de los primeros cinco días hábiles de cada mes, la demandada exhibirá a este juzgado, respecto de cada local: (a) el domicilio del local; (b) fotografías fechadas del cartel colocado, tomadas de manera que se aprecien su ubicación, su entorno y su legibilidad, incluyendo al menos una toma con un objeto o referencia de escala que permita verificar sus dimensiones; y (c) en su caso, el listado de locales por Estado que acredite el mínimo de diez por entidad.

V. La inscripción dentro del portal de acciones colectivas, creado por la Procuraduría Federal del Consumidor. Como ya se señaló en los antecedentes previamente narrados, dicha dependencia informó el cumplimiento a esta obligación mediante promoción 6921 del índice de este juzgado, por lo que mediante auto de diecisiete de abril del año en curso se tuvo por cumplida.

Finalmente, en relación a que se notifique a la colectividad no adherida a esta acción colectiva, mediante correo electrónico, mensaje de texto (SMS) a los números de sus suscriptores y en su aplicación móvil, no se provee de conformidad ya que dichos medios de difusión no fueron contemplados para la referida difusión del aviso, pues incluso para ello el tribunal de alzada consideró pertinente la inserción de la



información correspondiente en los recibos o comunicaciones que envían las empresas demandadas a los clientes.

8. Se requiere cumplimiento. En virtud de lo anterior, requiérase a AT&T comunicaciones digitales, sociedad de responsabilidad limitada de capital variable para que dé cumplimiento a lo ordenado en el puntos 7, numerales I, II, III y IV del presente proveído, lo cual deberá de realizar en los plazos siguiente:

Primero. Con fundamento en el artículo 297, fracción II, del Código Federal de Procedimientos Civiles, en el plazo de tres días, siguientes, contados a partir de que se notifique el presente auto, deberá:

- a) Insertar el aviso autorizado en la sentencia definitiva en su página electrónica principal, conforme a las características señaladas en el punto 7, numeral I, de esta resolución.
- b) Insertar el aviso autorizado en la sentencia definitiva en las redes sociales aquí determinadas, bajo los parámetros y pormenores establecidos en el punto 7, numeral II, de este proveído.

Lo que además deberá de acreditar de manera mensual dentro de los primeros cinco días hábiles de cada mes.

Segundo. Continuar insertando el aviso autorizado en la sentencia definitiva, en los estados de cuenta que envía a sus clientes durante los siguientes periodos de emisión.

Lo cual, deberá de continuar acreditando de manera mensual ante este juzgado dentro de los primeros cinco días hábiles de cada mes.

Tercero. En el plazo de treinta días, siguientes, contados a partir de que se notifique el presente auto, coloque cartelera que cumpla con los lineamientos aquí establecidos en lugares señalados dentro de todos los locales comerciales precisados, lo que deberá de permanecer durante los siguientes dieciocho meses, en los términos establecidos en el punto 7, numeral IV.



PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN

FORMA B-2

Lo que además deberá de acreditar con medios de prueba idóneos dentro de los primeros cinco días hábiles de cada mes.

9. Apercibimiento. Lo anterior, con el apercibimiento que de no cumplir con cualquiera de los requerimientos antes precisados, se hará acreedora a una multa por el equivalente a cien días de salario mínimo general vigente en la Ciudad de México, de conformidad con el artículo 612, fracción I, del Código Federal de Procedimientos Civiles, aplicable para los juicios de acciones colectivas.

Sin que sea procedente apercibir con una medida de apremio mayor, ya que tal como lo estableció el tribunal de alzada en la sentencia que rige el presente asunto el monto de la multa se considera idóneo porque: (a) el máximo que puede imponerse es el de 30,000 días de salario mínimo, por lo que 100 días es una proporción pequeña al máximo de la multa que se puede imponer; (b) La orden de notificar la sentencia debe realizarse con el apercibimiento, a fin de que se logre su realización en el tiempo establecido, lo cual es importe para que la colectividad –de forma rápida– conozca la sentencia, cuestión que es acorde al principio de justicia pronta; (c) el monto de la multa no es exorbitante, sino un punto considerable para que la parte demandada no deje de observar la orden dada; y (d) la parte demandada cuenta con capacidad económica para cubrirla, pues es una empresa que presta servicios de telecomunicaciones.

Por lo que no se provee de conformidad la petición del representante común de la colectividad de imponer sanciones mayores ya que solo para el caso de que no se cumpla con la notificación del aviso autorizado en la sentencia definitiva en uno o en todos los medios alternativos establecidos y bajo los parámetros aquí delimitados, es que se podría apercibir con una sanción más contundente.

Notifíquese de la siguiente manera:

Parte	Tipo de notificación
Actor	Personal
Demandada	Personal

Lo proveyó y firma **Hugo Roberto Pérez Lugo**, Juez Segundo de Distrito en Materia Civil en la Ciudad de México, asistido de **Marisol Trejo Morales**, secretaria con quien actúa y da fe.



Avez

Secretaria

Hugo Roberto Pérez Lugo

Marisol Trejo Morales

Edelmiro Alejandro	Secretaria particular	Oficial Judicial "A"	Actuaria
Revista: MTM			

MARISOL TREJO MORALES
16/09/11/13



PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN

EVIDENCIA CRIPTOGRÁFICA - TRANSACCIÓN

Archivo Firmado:

160995443_0023000031220064089.p7m

Autoridad Certificadora:

Autoridad Certificadora Intermedia del Consejo de la Judicatura Federal

Firmante(s): 2

FIRMANTE	
Nombre:	MARISOL TREJO MORALES
Validar:	BIEN Vigente
FIRMA	
No Serie:	70.6a.66.20.63.6a.66.33.00.00.00.00.00.00.01.67.d4
Revocación:	Bien No revocado
Fecha (UTC/ CDMX):	15/07/26 20:33:26 - 15/07/26 14:33:26
Status:	Bien Valida
Algoritmo:	RSA-SHA256
Cadena de firma:	55 d0 82 c3 d2 9f 28 75 fc 60 48 13 38 bc 67 2a b4 e0 48 ff 46 ce c1 b4 43 6f 6f b8 2f da 40 63 54 8d 02 08 df 3b ef a9 7b 63 b0 b2 3d 88 78 d0 50 70 01 70 18 7f 4f 6a 09 ae 56 b6 f4 f3 75 68 d3 4c 93 c8 a5 08 af 45 44 98 4f c1 a0 23 a1 e1 3d ef 45 a6 21 81 ae 40 8f ba 8d 8a 8d 5c 87 b1 6e f8 f7 4a e1 8d 53 27 eb 3a e8 a6 44 90 f4 1b e3 ed 43 a3 d6 c8 1c 4b 79 d8 42 a8 09 42 1c 14 80 66 a2 37 58 ea 68 f9 f9 5f af 82 79 f1 e5 de 72 d3 bd 5a 54 33 d6 ee 20 3c c0 3c 88 24 32 9d 5b c2 5b b8 68 24 59 db 89 33 20 97 18 fc 98 fc 47 86 2b c8 30 3b 4f 45 4f 68 5e 2a b1 11 49 78 04 39 50 a7 95 93 90 35 75 9a 0d bb c7 25 42 b2 86 3a 72 c1 c9 6e dc fd 62 18 54 e3 21 9d 9f 37 79 31 69 7a e6 68 a5 bc 30 6f 75 f6 68 17 11 1c 79 f5 a1 13 1e 46 47 67 1f 7c df f3 83 9d 83 e7 15 33 ca 56 cb 8f 48 9e 48 1f bb 82 07 c7 00 d2 21 63 b6 e1 52 b5 b0 41 11 b2 cb 6c d9 25 cc 38 cd a4 1c 86 2b e0 c8 cd 8d ef 51 7c b9 58 7f 19 57 25 36 7a d9 a7 c3 95 71 97 6f 0a 0e 1f a1 6b 74 20 39 2a 66 ec 6c 71 89 3a 04 56 7d b6 e9 63 82 75 e3 f9 4c 52 2f 4b 68 f1 e2 07 07 7e 7c 56 b1 77 78 ea 8e 0c 29 bf 72 c5 a7 f3 5e ce 9a c5 7e cd 23 60 9c ed 14 a3 e7 41 d8 56 a3 2b b9
OCSP	
Fecha: (UTC/ CDMX)	15/07/26 20:33:25 - 15/07/26 14:33:25
Nombre del respondedor:	Servicio OCSP ACI del Consejo de la Judicatura Federal
Emisor del respondedor:	Autoridad Certificadora Intermedia del Consejo de la Judicatura Federal
Número de serie:	70.6a.66.20.63.6a.66.33.00.00.00.00.00.00.01.67.d4
TSP	
Fecha: (UTC/ CDMX)	15/07/26 20:33:26 - 15/07/26 14:33:26
Nombre del emisor de la respuesta TSP:	Autoridad Emisora de Sellos de Tiempo del Consejo de la Judicatura Federal
Emisor del certificado TSP:	Autoridad Certificadora Intermedia del Consejo de la Judicatura Federal
Identificador de la respuesta TSP:	182482238
Datos estampillados:	K+v3XFhAMm/Ghbw9qomKNjKLSw=



LM KRASOVSKY ASOCIADOS, S.C. y Otros.

Vs

AT&T COMUNICACIONES DIGITALES, S. DE R.L. DE C.V.

Expediente: 271/2022

C. JUEZ SEGUNDO DE DISTRITO EN MATERIA

CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO.

PRESENTE. -

LUIS MIGUEL KRASOVSKY PRIETO, en mi carácter de apoderado de LM KRASOVSKY ASOCIADOS, S.C., representante común de la colectividad, ante Usted con el debido respeto, comparezco y expongo:

Por medio del presente escrito, y en continuación con la presentación de los miembros de la colectividad que solicitaron formalmente su incorporación, vengo a solicitar se tengan como miembros de la colectividad a las siguientes personas de las cuales acompaño copia de sus identificaciones oficiales, los formatos de adhesión por el que manifiestan su consentimiento expreso de querer ser parte de la colectividad en este juicio y sus correspondientes correos electrónicos de, para que surtan los efectos legales a que haya lugar en cumplimiento con lo ordenado en el tercer y cuarto párrafo del artículo 594 del Código Federal de Procedimientos Civiles, se hace del conocimiento de su señoría que la comunicación mediante la cual cada interesado se puso en contacto con el representante común de la colectividad para hacer llegar su consentimiento expreso por escrito, haciéndose constar que dicha comunicación se llevó a cabo con el auxilio de un asistente de inteligencia artificial habilitado en la página web del representante común, siendo relevante recalcar que el párrafo del artículo antes citado refiere que dicha comunicación puede darse por cualquier medio, por lo que en pro del derecho de acceso a la justicia y jurisdicción de la colectividad resulta válido que la comunicación expresa referida se haga a un asistente de inteligencia artificial con la capacidad de explicarles a los miembros de la colectividad afectada el estado del juicio, los elementos de la sentencia, así como solicitar la documentación a fin de hacerla llegar al representante común de la colectividad con el propósito de solicitar su adhesión en el presente escrito, toda vez que la sencillez de los requisitos establecidos en el numeral 594 del Código Adjetivo en materia está encaminado a facilitar la adhesión los miembros de la colectividad afectada, resultando esto coincidente con el **CRITERIO DE LA PRIMERA SALA DE LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN** asentado en la tesis 1a. XIV/2022 (10a.) con número de registro digital 2024362.

Las identificaciones, adhesiones, correos electrónicos y facturas descritos corresponden a los siguientes miembros de la colectividad que se listan y enumeran a partir del número de anexo 731 y subsecuentes, tomando en cuenta que hasta la fecha hemos solicitado sean adheridos como miembros de la colectividad 730 personas, prosiguiendo de manera sucesiva con dicha numeración a continuación, precisándose que dicha secuencia numérica se establece en este formato para efectos de control, sin perjuicio de las adhesiones presentadas previamente:

731. **ABDIAS MALKIEL ARZOLA OLMOS**, quien utiliza el número de teléfono **8991529142**, con domicilio en **C RIO CORONA 1225, FRACCIONAMIENTO LOMAS**