



I LEGISLATURA

## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

**ISABELA ROSALES HERRERA**  
**PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA DEL**  
**CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO**  
**I LEGISLATURA**  
**P R E S E N T E**

El que suscribe, **FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO**, Diputado del I Congreso de la Ciudad de México e integrante de la Asociación Parlamentaria de Encuentro Social, con fundamento en lo previsto por los artículos 122 Apartado A fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 29, 30, 30 numeral 1 inciso b) y numeral 2 de la Constitución Política de la Ciudad de México; 12 fracción II, 13 fracción IX, 21 párrafo segundo de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México, 1, 2 fracción XXXVIII, 76, 79 fracción IX, 94 fracción IV, 95 fracción II, 99 fracción II, 100 fracciones I y II, 101, 118 y 212 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, sometemos a consideración de esta soberanía la siguiente:

**PROPUESTA DE PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE FORMULA RESPETUOSO EXHORTO A LA SECRETARIA DE DESARROLLO ECONÓMICO, A LAS ALCALDÍAS Y A LA AGENCIA DE PROTECCIÓN SANITARA, DE LA CIUDAD DE MÉXICO A EFECTO DE QUE LLEVEN A CABO LAS MEDIDAS NECESARIAS PARA DAR ATENCIÓN A LAS DIVERSAS PROBLEMÁTICAS QUE SE GENERAN CON LAS VISITAS DE VERIFICACIÓN SANITARIA.**

1

**ANTECEDENTES**

Desde el inicio de la ordenación las ciudades, los mercados han sido un espacio de intercambio comercial dentro de las mismas y un sitio de encuentro de los integrantes de una ciudad.

El comercio ha sido históricamente, y continúa siendo hasta la actualidad, una de las bases en las que se sustenta la historia y la cultura de una Ciudad. Basta recordar en nuestro país el origen de los tianguis desde la época prehispánica, específicamente en Tlatelolco, cuya actividad comercial impresionó a los conquistadores.





I LEGISLATURA

## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

Al surgimiento de las ciudades en todo el mundo, se agregan las actividades derivadas de la actividad comercial, las transacciones, los intercambios y el trueque de toda clase de bienes de consumo. El mercado siempre ha dado respuesta a las necesidades de consumo de la población de manera directa y sencilla, donde se ofrecen toda clase de productos sobre todo del campo, en los que se produce un intercambio comercial que genera una intensa actividad social que facilita el encuentro entre el comerciante y el consumidor y se da un trato amigable y familiar totalmente diferente a los centros comerciales.

Es en estos espacios donde se compra y se vende en pequeñas cantidades, principalmente alimentos y productos perecederos, lo que lo convierte en un lugar privilegiado y simbólico para el producto fresco, el cual se encuentra visible para el comprador.

El comercio en los mercados es una de las actividades que le ha dado un sentido de pertenencia al espacio público en los barrios y colonias de la Ciudad de México, dado que hay plena identificación con la población consumidora en virtud de que el trato es personal y directo, por lo que constituye una actividad habitual que ha promovido la proximidad de los habitantes de una colonia o barrio.

En México, los mercados públicos se han alimentado del intercambio de los productos del campo en beneficio de la población de escasas posibilidades económicas, por ello la importancia de conservar en nuestra Ciudad estos espacios que contribuyen sobre todo a la economía de las familias.

Conscientes de lo anterior, el gobierno de la Ciudad de México a través de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO) de la Ciudad de México, creó un programa para impulsar y mejorar los 329 mercados públicos de la capital, que se realizará en coordinación con las 16 alcaldías.

Para ello, se señala, se tiene un presupuesto de 200 millones de pesos para rehabilitar y modernizar los centros de comercio popular cuyos apoyos se otorgarán para los proyectos que consideren las demarcaciones.





I LEGISLATURA

## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

Se explica que el esquema de participación monetaria será que las alcaldías aporten por lo menos el 40 por ciento del monto total del proyecto, y la SEDECO hasta un 60 por ciento, siempre que no rebase los 20 millones de pesos.

Se afirma que “estos recintos de comercio popular aportan 1.7 por ciento al PIB comercial de la Ciudad de México, emplean a casi 280 mil personas que atienden a 178 millones de clientes al año”. Actualmente los 329 mercados públicos cuentan con 70 mil 682 locales comerciales, de los cuales, 41 mil 509 tienen a una mujer como titular.

Los proyectos que podrán acceder al apoyo de la SEDECO deben contemplar la reconstrucción total o intervenciones para la mitigación de riesgos, a través de la renovación o rehabilitación de infraestructura eléctrica, hidro-sanitarias y de gas. Uno de los requisitos para las alcaldías será entregar como mínimo el 70 por ciento de firmas de los locatarios, en el que otorgan el visto bueno para la realización de las obras y el programa de reubicación temporal de los comerciantes.<sup>1</sup>

Las acciones referidas son un esfuerzo positivo por parte del Gobierno de la Ciudad, en el sentido de que dan un impulso a las actividades comerciales que se llevan a cabo en los mercados públicos.

3

### PROBLEMÁTICA PLANTEADA

Queda claro que los mercados públicos tienen la principal función de vender productos, en su mayoría alimentos, a las personas que asisten a ellos por ser lugares cercanos a sus domicilios y son factores importantes para la economía. Sin embargo, debemos admitir que existen algunos locales que se encuentran descuidados y en malas condiciones, por lo que el programa de la SEDECO y las alcaldías busca modernizar la imagen de los mercados públicos, además de atender el rubro de la higiene en favor de la salud de los consumidores que asisten a los mercados.

Independientemente de la reconstrucción total o intervenciones para la mitigación de riesgos, los mercados han sido objeto de críticas porque algunos tienen deficiente

<sup>1</sup> <https://www.milenio.com › presentan-plan-renovar-mercados-publicos-cdmx>





I LEGISLATURA

## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

mantenimiento, su grado de limpieza e higiene no responde a las necesidades de sanidad, por lo que en este sentido, los mercados públicos deben cumplir con las leyes y reglamentos en materia sanitaria.

No obstante lo anterior, gran parte de los locatarios no cuentan con los conocimientos necesarios para cumplir con la normatividad, y cuando son verificados por la Agencia de Protección Sanitaria del Gobierno de la Ciudad de México les clausura e impone medidas que debido a la economía de los mismos no pueden cumplir quedando en total estado de indefensión perdiendo de forma temporal su fuente de ingresos para mantener a sus familias.

Por lo que es necesario buscar mecanismos para capacitarlos y ayudarlos de acuerdo con su capacidad económica a cumplir con las medidas impuestas por la Agencia de Protección Sanitaria del Gobierno de la Ciudad de México para que sus locales comerciales puedan seguir operando.

### CONSIDERANDOS

Además de los hábitos de higiene personal, debemos tener en cuenta la necesidad e importancia de la higiene en la manipulación de alimentos para tener un buen estado de salud.

Cuando los alimentos no tienen un manejo adecuado, pueden contaminarse y transmitir microorganismos como bacterias, hongos y parásitos. Aunado a ello, el uso de químicos como insecticidas, herbicidas, detergentes entre otros, igualmente pueden contaminar los alimentos.

Actualmente, acudimos a los mercados públicos o centros comerciales a comprar alimentos, siendo los primeros los establecimientos más cercanos a nuestras casas ya que es común encontrarlos en nuestras colonias.

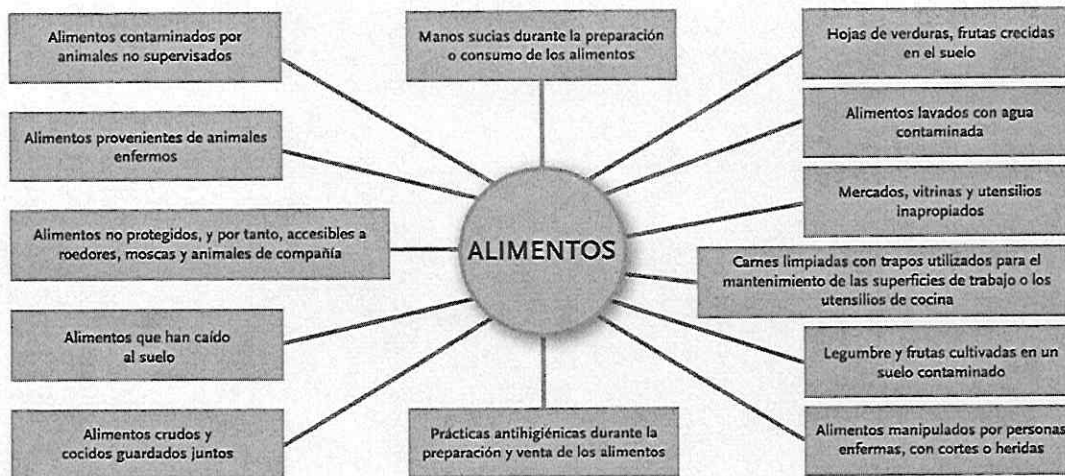
4





Así, en los mercados públicos es fácil encontrar diversos alimentos como frutas, verduras, pollo, carnes rojas y pescado, principalmente. El manejo de ellos debe realizarse en condiciones de higiene para evitar problemas de salud como las enfermedades gastrointestinales.

Diferentes causas de contaminación de los alimentos



Como se menciona en el esquema anterior, existen diversas causas de contaminación de los alimentos como tener las manos sucias, lavar los alimentos con agua contaminada, manejar carnes con trapos utilizados para el mantenimiento de las superficies de trabajo o los utensilios de cocina, manejar alimentos por personas enfermas, etc.

Las Enfermedades Transmitidas por Alimentos son consecuencia de la ingestión de alimentos y/o agua, que contienen microorganismos patógenos, toxinas, venenos u otros agentes contaminantes, en cantidades tales que afectan la salud del consumidor o grupos de población. Estas pueden ser manifestadas de las siguientes formas:

- Infección alimentaria: Consumir alimentos que contengan microbios patógenos.
- Intoxicación alimentaria: Consumir la toxina venenosa producida por los microbios patógenos.





I LEGISLATURA

## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

Estas enfermedades pueden evitarse con buenos hábitos higiénicos. Por tal motivo, es indispensable que los locatarios que venden productos alimenticios en los mercados públicos implementen todas aquellas acciones benéficas en materia sanitaria.

Actualmente, el artículo 148 de la Ley de Salud del Distrito Federal establece que Los vendedores y personas cuya actividad esté vinculada con la Central de Abasto, mercados públicos, centros de abasto y similares, estarán obligados a conservar las condiciones sanitarias e higiénicas reglamentadas para el debido mantenimiento de sus locales o puestos.

Para verificar que se cumpla con las regulaciones en materia sanitaria, la Agencia de Protección Sanitaria del Gobierno de la Ciudad de México, a través de su personal, lleva a cabo la verificación de los locales de los mercados públicos a fin de constatar si los mismos cumplen con las disposiciones legales en materia de salubridad y, en el caso de no cubrir los requisitos, el personal proceda a la clausura del local.

Dicha Agencia es órgano desconcentrado sectorizado a la Secretaría de Salud capitalina, que tiene a su cargo la regulación, control, fomento y vigilancia sanitaria que corresponde al Gobierno en materia de salubridad local, respecto de las actividades, condiciones, sitios, servicios, productos y personas que puedan representar un daño o riesgo a la salud humana.

Por lo anteriormente comentado, estamos de acuerdo en que se lleven a cabo las verificaciones periódicas a los locales de los mercados públicos, amén de ser absolutamente necesarias para evitar, disminuir o minimizar los riesgos sanitarios a los que está expuesta la salud de la población consumidora.

Sin embargo, resulta evidente que los comerciantes de dichos espacios no actúan de mala fe sino porque en muchos de los casos desconocen cuáles son los requisitos que deben cumplir en este importante rubro de carácter sanitario, motivo por el cual consideramos conveniente que la Agencia de Protección Sanitaria del Gobierno de la Ciudad de México lleve a cabo cursos permanentes de orientación, capacitación y las normas sanitarias aplicables en los mercados, dirigidos a los locatarios de los mercados





I LEGISLATURA

## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

públicos de la Ciudad de México, así como las normas que deben cumplir respecto de riesgos sanitarios en la comercialización de sus productos.

Lo anterior para evitar que por desconocimiento de los locatarios respecto a las condiciones sanitarias que deben prevalecer en sus locales, sean clausurados sus negocios y sean afectados en la economía personal y familiar y sobre todo, sin considerar que los mercados públicos fomentan la cultura del comercio cara a cara de los mercados públicos como una forma de multiculturalidad urbana de nuestra Ciudad. De tal manera que con la impartición de los cursos por parte de la Agencia, se orienta a los locatarios y al mismo tiempo se tendrán las óptimas condiciones de salubridad con el objeto de evitar enfermedades y de esta manera se mantiene vigente el derecho al trabajo en beneficio de las familias propietarias o poseedoras de los locales de los mercados públicos.

Asimismo, es necesario buscar los mecanismos a efecto de poder apoyar a los locatarios a cumplir con las medidas que les son impuestas por Agencia de Protección Sanitaria del Gobierno de la Ciudad de México para que puedan continuar operando sus locales comerciales.

Por lo antes expuesto, fundado y motivado, es de aprobarse el siguiente:

7

### PUNTO DE ACUERDO

**PRIMERO.** Solicítese a la Agencia de Protección Sanitaria del Gobierno de la Ciudad de México, lleve a cabo cursos permanentes de orientación y capacitación respecto de las normas sanitarias aplicables en los mercados, dirigidos a los locatarios de los mercados públicos de la Ciudad de México, así como las normas que deben cumplir respecto de riesgos sanitarios en la comercialización de sus productos.

**SEGUNDO:** Solicítese a la Secretaria de Desarrollo Económico y a las Alcaldías, todas de la Ciudad de México, valorar a la brevedad posible el incluir dentro del programa para impulsar y mejorar los mercados públicos de la capital, los apoyos necesarios a los locatarios de los mismos, con la finalidad de que puedan dar cumplimiento a las medidas





I LEGISLATURA

## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

que les son impuestas por Agencia de Protección Sanitaria del Gobierno de la Ciudad de México para que puedan continuar operando sus locales comerciales.

Dado en el Congreso de la Ciudad de México, en el 22 de noviembre del año 2019.

DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

Jesús Martín del Campo

Dip. Rigoberto Salgado.

Dip. Guadalupe Chavira

