

INICIATIVA QUE REFORMA LOS ARTÍCULOS 300, 301 Y 421 DE LA LEY GENERAL DE SALUD, A CARGO DE LA DIPUTADA MÓNICA ALMEIDA LÓPEZ, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PRD.

Con fundamento en lo dispuesto en los artículos 71, fracción II, y 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; y en el numeral 1, fracción 1, del artículo 6, y los artículos 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, la que suscribe, Mónica Almeida López, integrante del Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática, se permite poner a consideración de esta asamblea la presente iniciativa con proyecto de decreto, por el que se reforman los artículos 300, 301 y 421 de la Ley General de Salud, en materia de publicidad y promoción de alimentos y bebidas que por sus ingredientes tengan altos contenidos en azúcares, grasas saturadas, grasas trans, sodio y nutrimentos críticos, de acuerdo con la siguiente

Exposición de Motivos

Contexto internacional

Los problemas de salud derivados de la malnutrición en especial los de obesidad y el sobrepeso constituyen hoy un aspecto prioritario para las agendas políticas a nivel mundial, lo anterior derivado del aumento considerable de las enfermedades generadas por el excesivo consumo de alimentos de bajo valor nutricional, con altos niveles de calorías, azúcares, grasas, los cuales combinados con nuevos estilos de vida de las personas, en donde el sedentarismo y la poca actividad física han sido los principales detonantes de esta epidemia global.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS) la obesidad y el sobrepeso se definen como “una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud”.

Datos de la OMS indican que desde 1975, la obesidad se ha casi triplicado en todo el mundo. En 2016, más de 1900 millones de adultos de 18 o más años tenían sobrepeso, de los cuales, más de 650 millones eran obesos. En 2016, según las estimaciones unos 41 millones de niños menores de cinco años tenían sobrepeso o eran obesos; la prevalencia del sobrepeso y la obesidad en niños y adolescentes (de 5 a 19 años) ha aumentado de 4 por ciento en 1975 a más de 18 en 2016.

La clasificación de obesidad propuesta por la OMS está basada en medir el índice de masa corporal (IMC), esto es el peso de una persona en kilogramos dividido por el cuadrado de la talla en metros. Una persona con un IMC igual o superior a 30 es considerada obesa y con un IMC igual o superior a 25 es considerada con sobrepeso.

Tabla 1. Clasificación de la obesidad de la OMS. ¹

Clasificación	IMC (kg/m ²)
Normal de peso	18.5 – 24.9
Exceso de peso	>25
Sobrepeso	25 – 29.9
Obesidad	> 30
Obesidad Grado I o moderada	30 – 34.9
Obesidad Grado II o severa	35 – 39.9
Obesidad Grado III o mórbida	>40

La pesada carga de la obesidad: la economía de la prevención,² estudio realizado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), “detalla el problema de la obesidad y el sobrepeso, de tal forma este informe analiza los costos económicos, sociales y sanitarios del creciente número de personas con problemas de obesidad o sobrepeso en 52 países, incluida la OCDE, la Unión Europea (EU28) y el Grupo de los 20 (G20). Los datos que arroja esta investigación resultan ser preocupantes para toda la comunidad internacional y se resumen de manera general en lo siguiente:

I. El número de personas con sobrepeso está aumentando en los países miembros de la OCDE, lo cual señala el estudio, se traduce en una reducción del Producto Interno Bruto (PIB) en torno a una media del 3.3 por ciento.

II. En las próximas tres décadas, el sobrepeso provocará en la OCDE la muerte de hasta 92 millones de personas con obesidad y enfermedades relacionadas con el sobrepeso, y la esperanza de vida se reducirá en 3 años en 2050.

III. En 34 de 36 países de la OCDE, más de la mitad de la población tiene ahora sobrepeso y casi una de cada cuatro personas es obesa.

IV. La tasa media de la obesidad en los adultos en los países de la OCDE aumento de 21 por ciento en 2010 hasta 24 por ciento en 2016, por lo que ahora hay 50 millones más de personas obesas.

V. El aumento del número de personas con un alto índice de masa corporal, está estrangulando los presupuestos de salud, debido al alto costo de las enfermedades crónicas asociadas al sobrepeso, tales como la diabetes, el cáncer y las enfermedades cardiovasculares, pues en los países miembros gastan aproximadamente 8.4 por ciento de su presupuesto sanitario en proporcionar tratamiento para estas enfermedades.

VI. Se estima que, en 52 países analizados en toda la OCDE, G20, EU28, el tratamiento de las enfermedades ocasionadas por el sobrepeso cuesta 423,000 millones de USD según la paridad del poder adquisitivo.

VII. El tratamiento de un IMC alto y de las enfermedades asociadas cuesta una media de más de 200 dólares por persona y año en toda la OCDE.

El UNICEF proporciona en el informe *El estado mundial de la infancia 2019. Niños, alimentos y nutrición*³ otra visión de este terrible problema de salud pública que afecta a niñas y niños, pues de acuerdo con este organismo, en América Latina y el Caribe, 4 millones de niños y niñas menores de 5 años tienen sobrepeso, la cifra se torna más alarmante cuando vemos los niveles de aumento, en donde casi 1 de cada 3 niños y niñas de 5 a 19 años en la región tiene sobrepeso.

El sobrepeso infantil puede conducir a la aparición temprana de diabetes tipo 2, estigmatización y depresión, y es un fuerte factor de riesgo para el desarrollo de obesidad en la edad adulta, con graves consecuencias para la salud y la economía.

Otro de los factores que se asocia al impulso del sobrepeso y la obesidad es el marketing inadecuado de alimentos poco saludables, la abundancia de alimentos ultra procesados, y el aumento del acceso a la comida rápida y bebidas altamente azucaradas.

La pandemia del Covid-19 que azota actualmente al mundo, nos permitió ver lo vulnerables que nos encontramos, en razón a que el gran número de personas fallecidas por haber contraído este mal se agravaron por problemas de hipertensión, sobrepeso y obesidad, de haberse encontrado estas personas sin ninguno de estos males provocados

por el consumo excesivo de alimentos no nutritivos las posibilidades de haber vencido a la enfermedad los mantendrían aún con vida.

La OMS ha mencionado que existen patologías previas que agravan los efectos del Covid-19, los cuales provocan que algunos pacientes tengan mayores consecuencias que en otros, así como por el grupo de edad entre los más vulnerables los adultos mayores. Estas patologías son adquiridas previamente a la infección por Covid-19, entre las que se encuentran

- Problemas de presión arterial alta.
- Enfermedades cardíacas.
- Enfermedades pulmonares.
- Cáncer.
- Diabetes.

Como es de apreciarse, de las patologías que agravan el problema de una persona contagiada con Covid-19, se encuentran por tener sobrepeso u obesidad y no hacer actividad física, factores de riesgo que son detonadores en la salud de las personas.

Contexto nacional

En nuestro país hemos iniciado el camino para el combate del sobrepeso y la obesidad, desde la implementación para la promoción de estilos de vida más saludables, y más recientemente una modificación a la Ley General de Salud en materia de sobrepeso, obesidad, etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas (publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 08 de noviembre de 2019); con lo cual se deberán colocar nuevas etiquetas en la parte frontal de los productos, con la advertencia de que los productos exceden los límites máximos de contenido energético, azúcares añadidos, grasas saturadas, grasas trans y sodio añadido, de manera separada e independiente a la tabla de ingredientes e información nutricional de la parte posterior; lo cual nos coloca como uno de los cuatro países de la OCDE que implementan estas medidas (Chile, Finlandia, Israel y México). A pesar de esto, las crecientes tasas de sobrepeso muestran que se requiere de redoblar esfuerzos con lo cual se puedan implementar otras acciones conjuntas con las ya establecidas.

La Organización Panamericana de la Salud ha emitido una serie de recomendaciones en la Región de las Américas, sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas con la finalidad de prevenir el sobrepeso y la obesidad en la niñez y la adolescencia, lo anterior en razón de los constantes anuncios publicitarios de alimentos poco nutritivos y ricos en calorías que se proyectan por diferentes medios de comunicación y entretenimiento tales como: salas de exhibición cinematográfica, estaciones de radio, televisión, internet y plataformas digitales, los cuales influyen en las preferencias alimentarias y pautas de consumo, incluso teniendo más efectividad que las pláticas u orientaciones nutricionales aportadas en los planteles escolares.

El conjunto de recomendaciones de la OMS se elaboró sobre la base de pruebas fehacientes de investigación científica que indican que “la publicidad amplia y otras formas de promoción de alimentos dirigida a los niños son comunes en todo el mundo. La mayor parte de esta promoción se refiere a los alimentos ricos en grasas, azúcares o sal. Los datos científicos también demuestran que la publicidad televisiva influye en las preferencias alimentarias, las solicitudes de compra y las pautas de consumo de los niños”.⁴

Ahora bien, de acuerdo con *Estudios sobre oferta y consumo de programación para público infantil en radio, televisión radiodifundida y restringida*,⁵ elaborado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones, se encontró que en promedio el público infantil de 4 a 12 años pasó frente al televisor un promedio de 4 horas con 46 minutos. Este tiempo de permanencia frente al televisor presenta una tendencia al alza, ya que se ha incrementado pues en el año 2015 este sector poblacional pasaba 4 horas con 16 minutos, en 2016 eran 4 horas con 33 minutos y para 2017 fue de 4 horas y 46 minutos.

Por otro lado, el IFT al realizar la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales de 2018, reveló los siguientes hallazgos:

- 93 por ciento de los hogares reportó que tiene televisores, que en promedio dicen tener 1.8 televisores.
- 72 por ciento de los entrevistados señaló que ve contenidos de canales de televisión abierta.
- 39 por ciento de las personas dijo que escucha estaciones de radio.
- 64 por ciento de los entrevistados declaró que utiliza internet y 84 por ciento de ellos utiliza alguna red social.
- 46 por ciento de los entrevistados declaró que consume contenidos audiovisuales por internet.
- YouTube es utilizado por 77 por ciento de las personas que consumen contenidos por internet, seguido por Netflix, con 27 por ciento.
- El teléfono celular es el dispositivo que más se usa para consumir contenidos por internet, en 81 por ciento, mientras que la computadora o laptop representan 20.⁶

De lo anterior podemos concluir que actualmente la población en México, tiene mayores hábitos de sedentarismo para su entretenimiento y al estar mayor tiempo frente estas plataformas digitales son un público rentable para anuncios y promocionales de todo tipo de artículos comerciales, esta exposición ante estos medios sin duda se asocia con el conocimiento de los alimentos, sus preferencias, las solicitudes de compra y pautas para el consumo.

Planteamiento del problema

Las consecuencias de la obesidad en la salud de los mexicanos son enormes, pues de manera general es uno de los principales factores de riesgo de enfermedades crónicas, de manera particular y de acuerdo a cifras de la OCDE cerca de 73 por ciento de la población padece sobrepeso, y 34 por ciento de las personas obesas sufren obesidad mórbida, esto nos convierte en uno de los países miembros con una de las tasas más altas de obesidad, en razón de lo anterior se tiene una proyección de que estas enfermedades reducirán la esperanza de vida en más de 4 años durante los próximos 30 años.

Los cambios en las condiciones de vida de la población en nuestro país, que van desde la urbanización de las grandes ciudades donde se prioriza la movilidad motorizada, en detrimento de la no motorizada, la carencia de espacios verdes para la recreación y el esparcimiento, han generado formas sedentarias de recreación lo que conlleva a una disminución en la actividad física de la población. Estas nuevas formas de recreación y esparcimiento están ligadas con la forma en la que se induce al consumo a las personas, ya que en la actualidad no existe una regulación en la publicidad que va dirigida a los mexicanos, de tal forma que es común ver y escuchar en televisión, plataformas digitales, internet, salas de cine, y radiodifusoras, un gran número de comerciales que incitan al consumo de productos con bajo valor nutricional, sin que se le brinde al consumidor información suficiente para determinar su peligrosidad en detrimento de su salud.

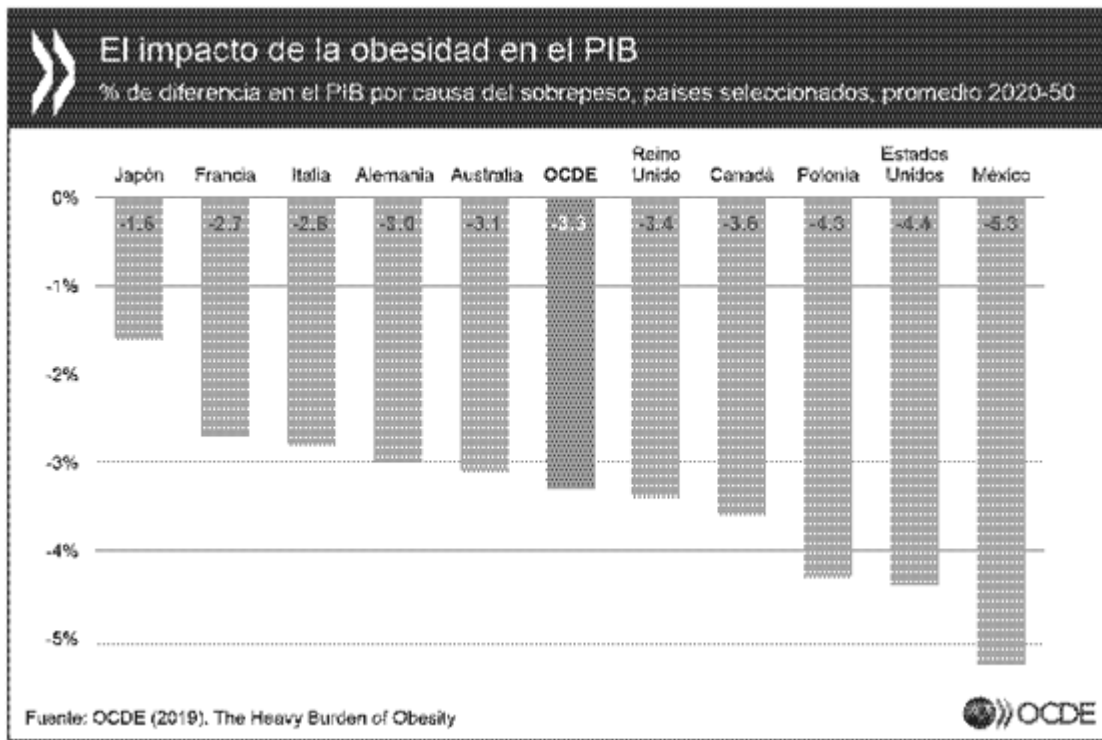
Otro dato alarmante es el crecimiento de la obesidad infantil, la cual se duplicó de 7.5 por ciento en 1996 a 15 en 2016. En la infancia en el país en las últimas tres décadas, el sobrepeso, la obesidad y la diabetes han desplazado a la desnutrición como el problema nutricional más apremiante, lo cual llevo en el año de 2016 a declarar por parte del gobierno federal la alerta epidemiológica EE-4-2016,⁷ para todas las entidades federativas ante la magnitud y trascendencia de los casos de diabetes mellitus. Uno de cada tres niños de entre 5 y 11 años padecen sobrepeso; y entre los niños de 12 a 19 años, la proporción es de 36. La edad escolar es donde se presenta este problema con mayor frecuencia, durante los seis años de escuela primaria, la prevalencia del sobrepeso y la obesidad aumenta desde 27 por ciento hasta alcanzar 39.

La publicidad de las bebidas azucaradas y los productos de alto contenido calórico y bajo valor nutricional dirigida a la niñez y a la adolescencia está presente en todos sus entornos, por dar un ejemplo que agrava la situación es la incorporación del entretenimiento frente a un televisor, celular, tableta, computadora, salas de cines, es decir entretenimiento que remplaza a la actividad física y que este tiempo que pasan frente a estas pantallas están expuestos a un gran número de publicidad, lo cual influye en sus preferencias alimentarias, en lo que piden comprar y en sus hábitos alimentarios.

Justificación económica

De aprobarse esta iniciativa de ley, se visualizan beneficios en la salud de la población, lo cual repercute directamente en la economía mexicana, pues de acuerdo con estimaciones de la OCDE las enfermedades relacionadas con el sobrepeso y la obesidad tendrán los siguientes efectos:

1. Reducirán la fuerza laboral en un equivalente a 2.4 millones de trabajadores de tiempo completo por año, ya que las personas con sobrepeso y enfermedades relacionadas tienen menos probabilidades de estar empleadas, y en caso de estarlo tienden a ser menos productivas.
2. Supondrán cerca de 8.9 del gasto de salud por año durante el periodo 2020-2050.
3. Le restará al PIB mexicano 5.3 puntos porcentuales, un porcentaje muy superior al promedio de la OCDE, de 3.3.



De igual forma esta nueva política de regulación de la publicidad de alimentos con bajo contenido nutricional junto con otras que se han implementado, ayudan a combatir las crecientes tasas de obesidad, al ser esta una inversión en el corto y mediano plazo, por cada peso que se invierta de acuerdo con la OCDE se podría lograr un retorno de hasta 6 pesos en el PIB. Asimismo, señala este organismo que una reducción calórica de 20 por ciento en los alimentos de este tipo podría prevenir 1.4 millones de enfermedades no transmisibles de aquí a 2050, ahorrar 1.9 millones de pesos al año con costos en salud, y aumentar el empleo y la productividad en el equivalente a 71 mil trabajadores de tiempo completo por año.

Propuesta

En razón de lo anterior se propone modificar la Ley General de Salud de la siguiente manera:

DICE	DEBE DECIR
<p data-bbox="110 174 488 289">LA LEY GENERAL DE SALUD. TITULO DECIMO TERCERO Publicidad CAPÍTULO ÚNICO</p> <p data-bbox="99 323 505 890">Artículo 300. Con el fin de proteger la salud pública, es competencia de la Secretaría de Salud la autorización de la publicidad que se refiera a la salud, al tratamiento de las enfermedades, a la rehabilitación de las personas con discapacidad, al ejercicio de las disciplinas para la salud y a los productos y servicios a que se refiere esta Ley. Esta facultad se ejercerá sin perjuicio de las atribuciones que en esta materia confieran las leyes a las Secretarías de Gobernación, Educación Pública, Economía, Comunicaciones y Transportes y otras dependencias del Ejecutivo Federal.</p> <p data-bbox="99 1136 505 1493">Artículo 301. Será objeto de autorización por parte de la Secretaría de Salud, la publicidad que se realice sobre la existencia, calidad y características, así como para promover el uso, venta o consumo en forma directa o indirecta de los insumos para la salud, las bebidas alcohólicas, así como los productos y servicios que se determinen en el reglamento de esta Ley en materia de publicidad.</p>	<p data-bbox="544 174 922 289">LA LEY GENERAL DE SALUD. TITULO DECIMO TERCERO Publicidad CAPÍTULO ÚNICO</p> <p data-bbox="532 323 938 1100">Artículo 300. Con el fin de proteger la salud pública, es competencia de la Secretaría de Salud la autorización de la publicidad que se refiera a la salud, al tratamiento de las enfermedades, a la rehabilitación de las personas con discapacidad, al ejercicio de las disciplinas para la salud, la promoción y publicidad de alimentos y bebidas que por sus ingredientes tengan altos contenidos en azúcares, grasas saturadas, grasas trans, sodio, nutrimentos críticos, y a los productos y servicios a que se refiere esta Ley. Esta facultad se ejercerá sin perjuicio de las atribuciones que en esta materia confieran las leyes a las Secretarías de Gobernación, Educación Pública, Economía, Comunicaciones y Transportes y otras dependencias del Ejecutivo Federal.</p> <p data-bbox="532 1136 938 1516">Artículo 301. Será objeto de autorización por parte de la Secretaría de Salud, la publicidad que se realice sobre la existencia, calidad y características, así como para promover el uso, venta o consumo en forma directa o indirecta de los insumos para la salud, las bebidas alcohólicas, los alimentos y bebidas que por sus ingredientes tengan altos contenidos en azúcares, grasas saturadas, grasas trans, sodio,</p>

<p>Queda prohibida la publicidad de alimentos y bebidas con bajo valor nutricional y alta densidad energética, dentro de los centros escolares.</p> <p>Artículo 421. Se sancionará con una multa equivalente de seis mil hasta doce mil veces el salario mínimo general diario vigente en la zona económica de que se trate, la violación de las disposiciones contenidas en los artículos 67, 101, 125, 127, 149, 193, 210, 212, 213, 218, 220, 230, 232, 233, 237, 238, 240, 242, 243, 247, 248, 251, 252, 255, 256, 258, 266, 306, 308, 309, 315, 317, 330, 331, 332, 334, 335, 336, 338, último párrafo, 342, 348, primer párrafo, 350 bis 1, 365, 367, 375, 376, 400, 411 y 413 de esta Ley.</p>	<p>nutrimentos críticos, así como los productos y servicios que se determinen en el reglamento de esta Ley en materia de publicidad.</p> <p>Queda prohibida la publicidad o patrocinio de cualquier tipo, que tenga como fin inducir al consumo, promoción o entrega a título gratuito, de alimentos y bebidas que por sus ingredientes contengan bajo valor nutricional, alta densidad energética, altos contenidos en azúcares, grasas saturadas, grasas trans, sodio y nutrimentos críticos, dentro de los centros escolares, salas de exhibición cinematográfica, estaciones de radio, televisión, internet, plataformas digitales y cualquier otro medio de comunicación ya sea impreso o electrónico.</p> <p>Artículo 421. Se sancionará con una multa equivalente de seis mil hasta doce mil veces la Unidad de Medida y Actualización, la violación de las disposiciones contenidas en los artículos 67, 101, 125, 127, 149, 193, 210, 212, 213, 218, 220, 230, 232, 233, 237, 238, 240, 242, 243, 247, 248, 251, 252, 255, 256, 258, 266, 301, 306, 308, 309, 315, 317, 330, 331, 332, 334, 335, 336, 338, último párrafo, 342, 348, primer párrafo, 350 bis 1, 365, 367, 375, 376, 400, 411 y 413 de esta Ley.</p>
--	--

Con fundamento en lo dispuesto en los artículos 71, fracción II, y 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; numeral 1, fracción 1 del artículo 6; 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, la que suscribe, Mónica Almeida López, integrante del Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática, se permite poner a consideración de esta asamblea la siguiente iniciativa con proyecto de

Decreto por el que se reforman diversas disposiciones de la Ley General de Salud

Único. Se **reforman** los artículos 300, 301 y 421 de la Ley General de Salud, para quedar como sigue:

Título Décimo Tercero Publicidad

Capítulo Único

Artículo 300. Con el fin de proteger la salud pública, es competencia de la Secretaría de Salud la autorización de la publicidad que se refiera a la salud, al tratamiento de las enfermedades, a la rehabilitación de las personas con discapacidad, al ejercicio de las disciplinas para la salud, **la promoción y publicidad de alimentos y bebidas que por sus ingredientes tengan altos contenidos en azúcares, grasas saturadas, grasas trans, sodio, nutrimentos críticos**, y a los productos y servicios a que se refiere esta Ley. Esta facultad se ejercerá sin perjuicio de las atribuciones que en esta materia confieran las leyes a las Secretarías de Gobernación, Educación Pública, Economía, Comunicaciones y Transportes y otras dependencias del Ejecutivo federal.

Artículo 301. Será objeto de autorización por parte de la Secretaría de Salud, la publicidad que se realice sobre la existencia, calidad y características, así como para promover el uso, venta o consumo en forma directa o indirecta de los insumos para la salud, las bebidas alcohólicas, **los alimentos y bebidas que por sus ingredientes tengan altos contenidos en azúcares, grasas saturadas, grasas trans, sodio, nutrimentos críticos**, así como los productos y servicios que se determinen en el reglamento de esta Ley en materia de publicidad.

Queda prohibida la publicidad o patrocinio de cualquier tipo, que tenga como fin inducir al consumo, promoción o entrega a título gratuito, de alimentos y bebidas que por sus ingredientes contengan bajo valor nutricional, alta densidad energética, altos contenidos en azúcares, grasas saturadas, grasas trans, sodio y nutrimentos críticos, dentro de los centros escolares, salas de exhibición cinematográfica, estaciones de radio, televisión, internet, plataformas digitales y cualquier otro medio de comunicación ya sea impreso o electrónico.

Artículo 421. Se sancionará con una multa equivalente de seis mil hasta doce mil veces **la unidad de medida y actualización** la violación de las disposiciones contenidas en los artículos 67, 101, 125, 127, 149, 193, 210, 212, 213, 218, 220, 230, 232, 233, 237, 238, 240, 242, 243, 247, 248, 251, 252, 255, 256, 258, 266, **301**, 306, 308, 309, 315, 317, 330, 331, 332, 334, 335, 336, 338, último párrafo, 342, 348, primer párrafo, 350 bis 1, 365, 367, 375, 376, 400, 411 y 413 de esta ley.

Transitorios

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

Segundo. Dentro de los noventa días naturales siguientes a la entrada en vigor del presente decreto, el Ejecutivo federal realizará la actualización y armonización del Reglamento de la Ley General de Salud.

Tercero. Se derogan todas las disposiciones que contravengan el presente decreto.

Notas

1 Organización Mundial de la Salud. Disponible en <https://www.who.int/features/factfiles/obesity/facts/es/>

2 OCDE. La carga pesada de la obesidad: la economía de la prevención. Disponible en https://www.oecd-ilibrary.org/sites/67450d67-en/1/2/1/index.html?itemId=/content/publication/67450d67-en&mimeType=text/html&_csp_=77ac5dad9f2cb67b4d2e46c9fc814aa4&itemIGO=oecd&itemContentType=book

3 UNICEF. El estado mundial de la infancia 2019. Niños, alimentos y nutrición. Disponible en <https://www.unicef.org/lac/media/8441/file/PDF%20SOWC%202019%20ESP.pdf>

4 Organización Mundial de la Salud. Conjunto de recomendaciones sobre la promoción de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños. Disponible en https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44422/9789243500218_spa.pdf;jsessionid=C0D2A3C09227F8C3708D692700CB5A4E?sequence=1

5 Instituto Federal de Telecomunicaciones. Estudios sobre oferta y consumo de programación para público infantil en radio, televisión radiodifundida y restringida. Disponible en http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/estudiosobreprogramacionparapublicoinfantil2017300418_1.pdf

6 Instituto Federal de Telecomunicaciones. Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales de 2018. Disponible en <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/medios-y-contenidos-audiovisuales/encca18nacional.pdf>

7 Secretaría de Salud. Cenaprece. Declaratoria de emergencia epidemiológica EE-4-2016. Disponible en <http://www.cenaprece.salud.gob.mx/programas/interior/emergencias/descargas/pdf/DeclaratoriaEmergenciaEpidemiologicaEE-4-16.pdf>

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 13 de octubre de 2020.

Diputada Mónica Almeida López (rúbrica)