



CDMX
CIUDAD DE MÉXICO



INFORMACIÓN GENERAL

Blue Demon Jr., al ring contra la obesidad

El luchador se suma a campaña del ISSSTE que busca fomentar en los niños y sus familias hábitos alimenticios y rutinas de ejercicio para bajar y controlar el peso

Texto: **TERESA MORENO**
justiciaysociedad@eluniversal.com.mx

Esta no es una pelea que se gane fácil, pero es a morir entre dos enemigos declarados: en la esquina "técnica" está la salud y una expectativa de vida sin enfermedades crónicas; en la esquina "ruda", la obesidad y la diabetes. El entrenador es el mítico *Blue Demon Jr.*

El luchador explicó que la batalla contra el sobrepeso y la obesidad inicia con una mejor alimentación, pero para hacer un cambio en el cuerpo es necesario cambiar primero estilos de vida que resulten perniciosos para la salud, lo cual no es fácil e incluso algunas personas necesitan ir al sicólogo para atacar las razones de fondo que se esconden detrás de los malos hábitos.

"Esta lucha es a una caída y con límite de tiempo porque tenemos un porcentaje grandísimo de obesidad y sobrepeso en nuestro país. Hay muchas muertes por las causas que esto conlleva. Tenemos este plan, que va a ser una campaña permanente, porque hay que prevenir ahorita que es tiempo", dijo en entrevista con EL UNIVERSAL.

"Las personas deben estar conscientes de lo que puede ocurrir en el futuro, y eso sólo se hace a través de la medicina preventiva. Prevenir ahorra miles y miles de millones de pesos en hospitalización, en cirugías y tratamientos", afirmó.

Para combatir la obesidad y el sobrepeso que sufren siete de cada 10 personas en México, y como parte de la iniciativa Quiérete. Resta Kilos, Suma Vida, el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) lanzó la campaña El ISSSTE y *Blue Demon Jr.* contra la Obesidad.

La campaña consiste en seis cápsulas informativas protagonizadas por *Blue Demon Jr.*, que se darán a conocer a través de redes sociales, y la edición de un cómic con un tiraje de 300 mil ejemplares que se distribuirá de manera gratuita en centros de salud. Tiene el objetivo de incidir en la población infantil y sus familias para que "asuman su responsabilidad en el combate al sobrepeso y la obesidad.

"Va a haber una especie de cursos de cómo alimentarse sanamente a bajo costo y yo me ofrecí a dar algunas clínicas en Twitter y redes sociales para que la gente sepa lo que puede hacer con una silla, con la guía telefónica, todo el ejercicio que se puede hacer sin ir al gimnasio. Es la voluntad, la educación y las ganas de perder peso. Serán videos de rutinas de ejercicio y alimentación", compartió *Blue Demon Jr.*

A través de sus videos, el luchador recomendará actividades físicas que se pueden realizar en casa y sin necesidad de gastar mucho dinero. Por ejemplo: rutinas de ejercicio con ligas o con ejemplares del directorio telefónico; también dará consejos para llevar una alimentación balanceada.

Constancia, la clave

En México, de la población derechohabiente del ISSSTE, 42.6% de los niños de entre cinco y nueve años de edad padecen sobrepeso u obesidad; la cifra se coloca en 38.4% para los adolescentes de entre 10 y 19 años, y en 76.3% para los adultos mayores de 20 años. Estas cifras se colocan por encima de la media nacional de 71% de obesos en la población adulta y 35% para niños y adolescentes.

Ante esta situación, la campaña Quiérete. Resta Kilos, Suma Vida aplicará seis acciones en los próximos tres meses para contribuir a reducir el sobrepeso entre los derechohabientes: reto de pérdida de kilos, talleres y pláticas de orientación alimentaria, ferias de nutrición y actividad física, espacios saludables, atención telefónica a derechohabientes y clases de zumba, entre otras.

La campaña forma parte del Programa de Prevención y Regresión de Sobrepeso y Obesidad (Ppresyo), que busca dar atención integral a los pacientes con estas enfermedades a través de especialistas en Medicina, nutrición y activadores físicos.

El primer nivel es la consulta con el médico, quien evalúa a los pacientes y los envía a consulta con el nutriólogo y con el activador físico. El nutriólogo hace el diagnóstico de acuerdo con la talla, peso, el índice de masa corporal y la circunferencia de la cintura. Por último, el activador físico valora al paciente y la cantidad de actividad que puede realizar y le entrega un plan diseñado a la medida de su salud.

El programa promueve que sean los propios pacientes quienes participen de manera activa en la pérdida de peso y "la corresponsabilidad en el autocuidado de su salud para así lograr un cambio permanente en su estilo de vida, a través de una consulta individual y talleres o sesiones grupales", señala el programa.

Para lograrlo, Eugenio Alejandro Torres, subdirector de Prevención y Protección a la Salud del ISSSTE, recomendó constancia y paciencia, puesto que para hacer funcionar este tipo de programas es necesario que las personas sustituyan los hábitos que les hacen daño por otros benéficos.

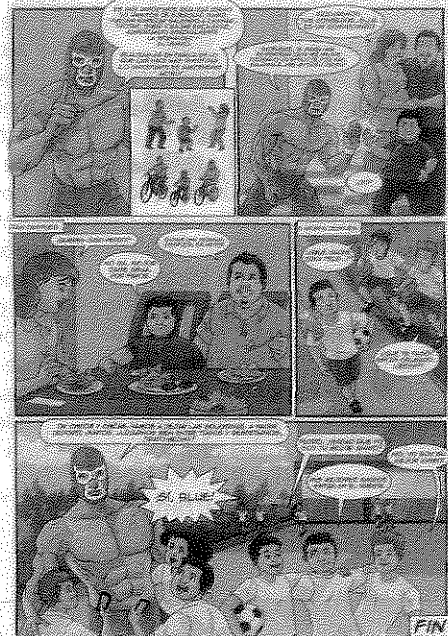
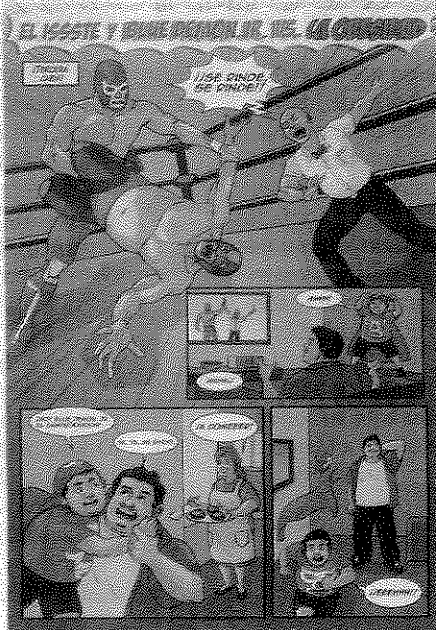
"La educación es básica: una persona adulta, para que pueda cambiar sus hábitos, yo los reto a que durante 21 días se propongan a hacer ejercicio diario. Con eso comienzan a cambiar

sus hábitos, porque a los 21 días se empieza a convertir en una rutina", señaló.

"Les recomendaría a los padres de familia que en lugar de darles refresco a sus hijos lo vayan acostumbrando a darles agua simple; eso es muy importante", mencionó.

Para bajar de peso, en la población con obesidad, tanto *Blue Demon Jr.* como el médico Eugenio Alejandro Torres recomendaron estimular el organismo haciendo varias comidas al día, cuando menos cinco; comer en porciones pequeñas, tomar agua simple durante todo el día y activarse físicamente. ●

EL DATO



Batalla "a una caída y con límite de tiempo"

La campaña Blue Demon Jr. contra la Obesidad incluye también la edición de un cómic, con un tiraje de 300 mil ejemplares, en el que el protagonista es el luchador profesional.

Una estrategia que impone metas

La campaña busca incentivar a 13 millones de derechohabientes a adoptar una vida más saludable, con ocho acciones:

- Retos por kilos
- Orientación alimentaria
- Ferias nutricionales y de activación física
- ISSSTE Espacios Saludables
- Línea 01800 BAJADEPESO
- Yo presumo
- Zumbatón
- Mambo de la Salud

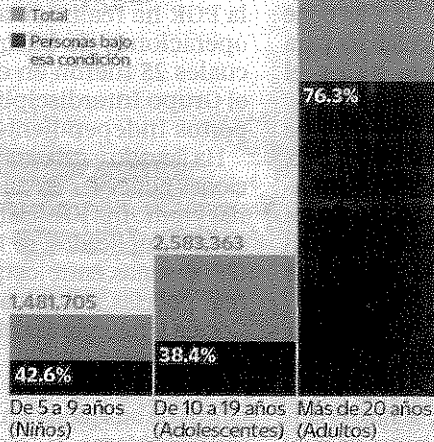
Reto por kilos:

- Busca la pérdida de peso entre los derechohabientes, mediante seguimiento puntual de brigadas de nutriólogos.
- Los participantes aceptan participar en el reto.
- Se miden talla, peso y circunferencia.
- Se establecen metas para 3 meses.
- Registro mensual de los participantes.
- Publicar, por dependencia, la pérdida de peso alcanzada.
- Toma de las medidas finales.

Fuente: ISSSTE

Radiografía

Población derechohabiente con sobrepeso u obesidad por edad



Ejemplo de almuerzos

- Lunch 1**
Sándwich integral de jamón, gajos de mandarina y botella con agua natural.
- Lunch 2**
Rollitos de jamón con queso panela, galletas habaneras, jitomatitos y botella con agua natural.
- Lunch 3**
Ensalada de atún aderezada con limón o vinagreta, galletas habaneras, uvas y botella con agua natural.
- Lunch 4**
Sándwich integral de queso panela, brocheta de fruta y botella con agua natural.

- Lunch 5**
Cubitos de pollo con pepinos, galletas saladas, pera y botella con agua natural.
- Lunch 6**
Salchichas de pavo, barra de amaranto, palitos de apio y botella de agua natural.
- Lunch 7**
Taqitos de lechuga con pollo, galletas Marías, manzana y botella con agua natural.
- Lunch 8**
Cubitos de pechuga de pavo con brócoli, galletas y botella con agua natural.
- Lunch 9**
Rollitos integrales de atún, zanahorias y botella con agua natural.
- Lunch 10**
Fruta con granola y yogurt, y botella con agua natural.

Fuente: ISSSTE

REALIZAN PARO NACIONAL

Telefonistas muestran músculo previo a huelga

Demostramos a Telmex la unidad que hay en el gremio: STRM

María del Pilar Martínez
EL ECONOMISTA

LOS 45,000 trabajadores que conforman la plantilla laboral de Telefonos de México (Telmex) y filiales como Telefónica y Bienes Raíces, Limsa y Tecmarketing hicieron un paro de labores para demostrar a la empresa *el músculo* y la unidad que hay en los trabajadores de cara al estallamiento de huelga programada para el 25 de septiembre a las 12:00 del medio día.

Pese a que no hubo afectación directa a los usuarios y clientes de la compañía, pues "permitimos la entrada de los trabajadores de confianza, así como de los terceros y las filiales, si mostramos que somos capaces los 45,000 trabajadores de parar las actividades de la compañía", aseguró Francisco Hernández Juárez, secretario general del Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana (STRM).

En entrevista, explicó que los trabajadores fueron principalmente de las áreas de servicios al cliente, atención en la calle, administrativos, limpieza y los *call centers* de Telmex, "si hubo cero afectaciones a la empresa porque el sistema telefónico siguió funcionando normalmente y en algunas áreas el personal de confianza atendió al público que fueron a hacer pagos a las tiendas, lo que nosotros queríamos es

mostrarle a la empresa es que si estamos organizados y si podemos hacer una huelga el próximo 25 de septiembre".

Hernández Juárez señaló que "Grupo Carso no es ajeno a las políticas que buscan eliminar los contratos colectivos y buscan impulsar la competitividad a partir de mano de obra barata; ya somos de los países con mano de obra barata del mundo y por eso ni lo quieren incluir en los temas de la discusión del TLCAN, incluso Carso tiene como 1,000 empresas en el país y el único sindicato que ha logrado un verdadero contrato es el de telefonistas, todos los demás son de protección patronal y no cuadraron en su esquema".

Añadió que Telmex ve una

45,000

TRABAJADORES

que conforman la plantilla laboral de Telmex y sus filiales hicieron un paro de labores a nivel nacional ayer martes.

oportunidad en la declaratoria que hizo el Instituto Federal de Telecomunicaciones para separar de manera funcional a la empresa y desaparecer su contrato, y disminuir los costos laborales que representan.

Ejemplificó que el contrato de Telcel, que pudiera tener los mismos parámetros con el de Telmex, tienen como promedio salarial cinco salarios mínimos, esto es cuatro veces menos que el que tienen los telefonistas sindicalizados; además, el Contrato Colectivo de los trabajadores de Telmex tiene 200 cláusulas, más las de jubilación, los convenios de productividad y la organización de perfiles para profesionalizar el trabajo; mientras que el de Telcel tiene 25 cláusulas, sin incluir la jubilación y, además, nunca se ha revisado.

De ahí que los telefonistas busquen defender, por todas las vías jurídicas y de presión, el contrato colectivo.

pmartinez@eleconomista.com.mx

6 SEP 2017

Página: 26 Sección:

RESPECTAMOS LAS MANIFESTACIONES: TELMEX

Niegan afectaciones a usuarios

TELMEX ASEGURÓ que no generó afectaciones a los servicios de los usuarios el paro nacional que llevaron a cabo trabajadores pertenecientes al Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana (STRM) en protesta por la separación funcional que ordenó el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), como parte de las medidas asimétricas por ser agente económico preponderante.

La empresa, propiedad del empresario Carlos Slim, dijo ser respetuosa de las manifestaciones de su representación laboral; no obstante, rechazó "enérgicamente" esta acción realizada por el sindicato.

Telmex dijo que no se verán afectados los servicios que proporciona y reiteró su compromiso por ofrecerles el mejor servicio a sus clientes.

Al cierre del 2016, en México había 19.6 millones de líneas fijas, de las cuales Telmex atiende más de 60 por ciento. Con respecto al tráfico telefónico fijo, al cierre del cuarto trimestre del año pasado,

cada línea telefónica generó en promedio 1,373 minutos de tráfico durante el trimestre. En banda ancha fija, el mercado registró 16.1 millones de suscripciones totales, de las cuales cerca de 60% son líneas Infinitum.

De acuerdo con información reportada en redes sociales, unos 2,000 trabajadores de Puebla se sumaron al paro nacional del Sindicato de Telefonistas.

Apenas la semana pasada, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos recomendó al IFT permitir la entrada a Telmex al mercado de video.

Sin embargo, el regulador dijo que la entrada de Telmex a dicho mercado se dará cuando la empresa haya cumplido con la regulación asimétrica y haya concretado la separación funcional; la nueva empresa que derive de esta acción regulatoria se llamaría Macronet; es el paso definitivo para que Telmex vaya al video en México. (Claudia Juárez Escalona)