



César Gutiérrez

Médico Epidemiólogo, Profesor del Departamento Académico de Medicina Preventiva y Salud Pública, Facultad de Medicina de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima-Perú.

I. SEDES PARTICIPANTES

Durante la campaña “El Día del Lunar 2009” llevada a cabo el domingo 08 de febrero, se atendió un total de 9 624 personas (13.4% más en comparación a la campaña del año 2008). Asimismo, este año se recibió información de 69 sedes distribuidas en 16 ciudades. La ciudad con mayor número de sedes de atención fue Lima (31), seguida por Arequipa (nueve), Piura (seis) y Tacna (cuatro). La sede que atendió a más personas fue el Hospital de EsSalud de Huancayo con 479 atendidos (Tabla I).

Tabla I. Sedes por ciudad y número de participantes en la campaña “El Día del Lunar 2009”.

Ciudad	Sede	Participantes	%
Abancay	Centro Médico Santa Teresa	123	1.28
Arequipa	Centro Médico Municipal	144	1.50
	Hospital Carlos A. Seguín Escobedo	321	3.34
	Hospital FAP	75	0.78
	Hospital Goyeneche	127	1.32
	Hospital Honorio Delgado	317	3.29
	Hospital Mollendo	60	0.62
	Hospital Yanahuara	171	1.78
	Instituto Neoplásicas Sur	35	0.36
	Policlínico Metropolitano	95	0.99
Callao	Hospital Carrión	239	2.48
	Hospital Sabogal	123	1.28
Chiclayo	Clínica del Pacífico	65	0.68
	Hospital Almanzor Aguinaga	113	1.17
	Hospital Las Mercedes	76	0.79
Chimbote	Hospital R. Eleazar Guzmán	133	1.38
Cusco	Hospital Nacional Sur Este EsSalud	175	1.82
Huacho	Hospital Regional	82	0.85
Huancayo	Hospital Daniel A. Carrión	59	0.61
	Hospital El Carmen	149	1.55
	Hospital Essalud	479	4.98

Ciudad	Sede	Participantes	%
Huánuco	Hospital Hermilio Valdizán	133	1.38
Huaraz	Centro de Salud Huarupampa	65	0.68
	Hospital Víctor Ramos Guardia	53	0.55
Iquitos	Hospital Regional	54	0.56
Lima	Clínica Castilla	157	1.63
	Clínica de especialidades médicas	166	1.72
	Clínica Internacional	122	1.27
	Clínica Javier Prado	129	1.34
	Clínica Jesús del Norte	87	0.90
	Clínica Los Andes	56	0.58
	Clínica Padre Luis Tezza	214	2.22
	Clínica Ricardo Palma	221	2.30
	Clínica San Gabriel	164	1.70
	Clínica San Lucas	146	1.52
	Club Germania	95	0.99
	Club Regatas	141	1.47
	Club Social Miraflores	61	0.63
	CM Jockey Salud	122	1.27
	Hospital Almenara	146	1.52
	Hospital Angamos	228	2.37
	Hospital Cayetano Heredia	421	4.37
	Hospital del Niño	318	3.30
	Hospital Dos de Mayo	104	1.08
	Hospital José Agurto Tello	147	1.53
	Hospital Lanatta Luján	134	1.39
	Hospital Loayza	254	2.64
	Hospital María Auxiliadora	140	1.45
	Hospital Marino Molina	113	1.17
	Hospital San José PNP	107	1.11
	Hospital Vitarte	182	1.89
	Policlínico Chíncha	187	1.94
	Policlínico Pablo Bermúdez	185	1.92
	Policlínico Peruano Japonés	141	1.47
	Policlínico Sagrado Corazón	182	1.89
	Universidad de Lima	40	0.42
Piura	Cesámica	121	1.26
	Hospital de Sullana	61	0.63
	Hospital III Jorge Reátegui Delgado	168	1.75
Puno	Hospital Regional Cayetano Heredia	63	0.65
	Hospital Santa Rosa	69	0.72
	Parque Infantil Miguel Cortez	143	1.49
Tacna	Hospital III	76	0.79
	C. S. Cristo Rey	66	0.69
Trujillo	C. S. Metropolitano	12	0.12
	Hospital Essalud	80	0.83
	Policlínico Sanidad PNP	52	0.54
Total	Hospital Regional Docente	190	1.97
	Hospital Víctor Lazarte	147	1.53
Total		9624	100.00

II. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PACIENTES PARTICIPANTES

Distribución por edad y género. La edad promedio de los pacientes atendidos fue de 41.5 ± 20.7 años. Los pacientes atendidos con menor edad fueron cinco niños y cuatro niñas de un mes de edad (procedentes de Arequipa, Huancayo, Lima y Piura), mientras que el paciente de mayor edad fue un señor de 98 años atendido en el Hospital Loayza de Lima. Al igual que en campañas anteriores, predominó el género femenino entre los participantes (66.2%). Hubo una leve diferencia en el promedio de edad entre hombres (42.4 ± 22.8) y mujeres (41.1 ± 19.5). En el **Gráfico 1** puede observarse que en los hombres la mayoría de participantes estuvo entre los 45 y 64 años, presentando una distribución más homogénea que las mujeres, y con un pico de participantes entre los 10 a 14 años de edad. Las mujeres, por su parte, mostraron una distribución de la edad similar a la curva normal con una mayor frecuencia para los grupos de edad comprendidos entre los 40 y 54 años.

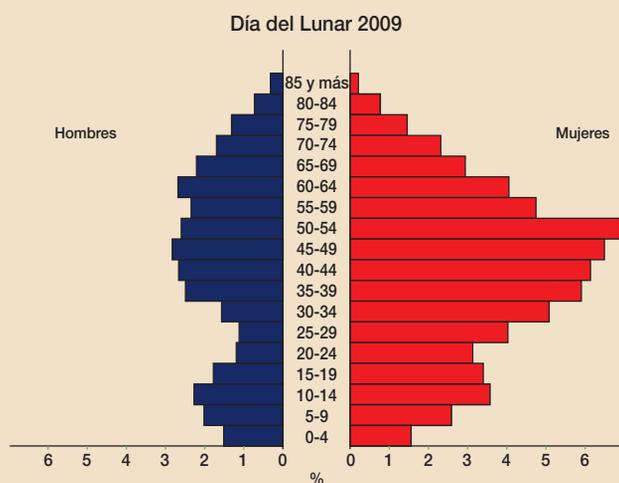


Gráfico 1. Distribución de los participantes en la campaña "El Día del Lunar 2009" según grupos de edad y género.

Ocupación. La ocupación más frecuente entre los participantes atendidos fue la de ama de casa (25.1%), seguida de estudiante (18.7%), profesor (8.0%) y cesante (7.2%); resultado similar al de campañas anteriores.

III. EVALUACIÓN DE CARACTERÍSTICAS DERMATOLÓGICAS DE LOS PACIENTES

Frecuencia de exposición solar. El 61.2% de los participantes atendidos refirió una exposición solar diaria,

el 28.1% una exposición ocasional y el 10.6% que se expone sólo los fines de semana. Entre los participantes de este año no se evidencia una diferencia marcada en la distribución de la exposición solar según sexo. Los hombres refirieron una exposición diaria en un 62.7%, mientras que las mujeres en un 60.6%; y para la exposición de sólo los fines de semana los hombres respondieron afirmativamente en un 10.8%, mientras que las mujeres en un 10.5%. Al hacer la comparación del promedio de edad según la frecuencia de exposición solar, se encontró que los participantes que refirieron una exposición diaria tienen un menor promedio de edad en comparación a quienes se exponen ocasionalmente o rara vez, particularmente entre hombres (**Gráfico 2**).

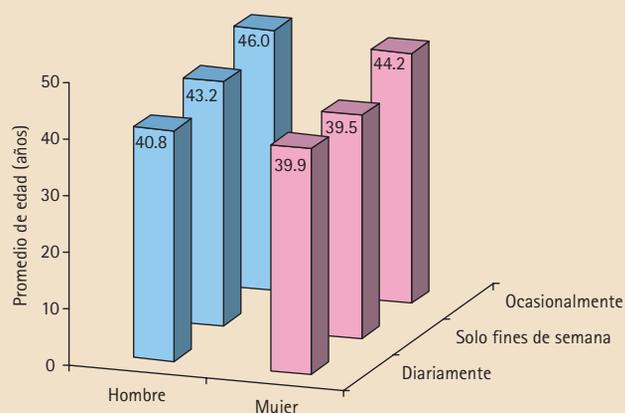


Gráfico 2. Promedio de edad según frecuencia de exposición solar y sexo, campaña "El Día del Lunar 2009".

Uso de fotoprotectores. Solo el 29.5% de los pacientes reportó el uso de fotoprotectores. Las mujeres usan con mayor frecuencia fotoprotectores (34.0%) en comparación a los hombres (20.5%). Al hacer la comparación del promedio de edad según el uso de fotoprotectores, no se encontró diferencia entre las mujeres que usan y no usan fotoprotectores (41.2 años vs. 41.0 años), mientras que entre los hombres los usuarios de fotoprotectores presentan una edad menor a quienes no los usan (37.2 años vs. 43.7 años) (**Gráfico 3**).

Antecedentes de cáncer de piel. El 1.3% de los participantes reportaron presentar el antecedente personal de cáncer de piel, mientras que el 6.0% reportó el antecedente familiar de cáncer de piel.

Participación en campañas previas. Sólo el 6.55% de los pacientes participó en alguna campaña previa "El Día del Lunar".

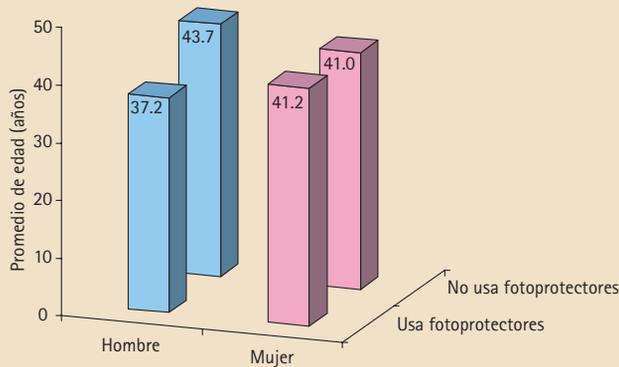


Gráfico 3. Promedio de edad según uso de fotoprotectores y sexo, campaña "El Día del Lunar 2009".



Gráfico 4. Evolución del número de personas atendidas en la campaña "El Día del Lunar", 1995-2009.

IV. CARACTERÍSTICAS DE LAS LESIONES CUTÁNEAS DE LOS PACIENTES ATENDIDOS

En la siguiente tabla se muestra la frecuencia porcentual según tipo de las lesiones con sospecha de neoplasia.

Tabla II. Frecuencia de las lesiones dermatológicas registradas con sospecha de neoplasia, campaña "El Día del Lunar 2009".

Tipo de lesión	Porcentaje
NEOPLASIAS BENIGNAS	
Nevus melanocíticos	42.72
Queratosis seborreica	17.59
Léntigo solar	15.75
Queratosis solares	8.42
NEOPLASIAS MALIGNAS	
Carcinoma basocelular	2.52
Melanoma	0.94
Carcinoma espinocelular	0.49

El porcentaje de pacientes con lesiones sospechosas de neoplasias cutáneas malignas (3.78%) fue superior a lo registrado el año 2008 (3.26%). En el Gráfico 4 se presenta la evolución del número de atendidos en la campaña "El Día del Lunar" desde el año 1995, mientras que en Gráfico 5 la evolución de la proporción de lesiones identificadas como sospechosas de neoplasias cutáneas malignas.

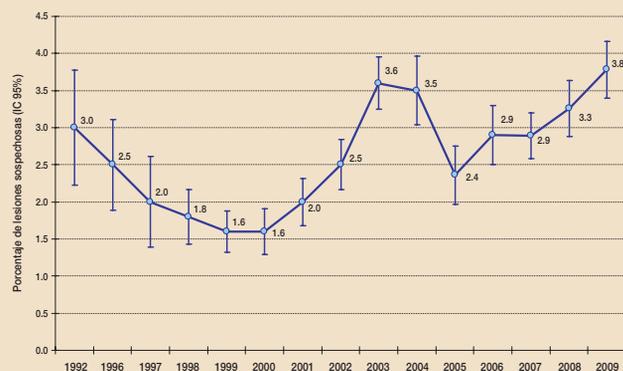


Gráfico 5. Evolución de la proporción de diagnósticos de lesiones sospechosas de neoplasias cutáneas malignas entre las personas atendidas en la campaña "El Día del Lunar", 1995-2009.

Para la Higiene Diaria de la Piel Propensa a la Psoriasis



es la solución

BLUE CAP® SPRAY, está creado para la higiene diaria de la piel y el cuero cabelludo propensos a la psoriasis. Disminuye el picor, elimina la descamación de la piel y del cuero cabelludo, mejorando el aspecto de la piel.

Gracias a su gran capacidad hidratante, **BLUE CAP® CREMA**, se utiliza especialmente en los casos en los que la piel está reseca y agrietada.

BLUE CAP® CHAMPÚ, está indicado para la higiene del cuero cabelludo propenso a la psoriasis. En estos casos disminuye el picor y la descamación, hidrata la piel de forma natural y elimina el exceso de grasa. Ayuda a la limpieza total de la piel afectada y a la desaparición de la descamación. Normaliza la actividad de las células del cuero cabelludo y tiene una influencia positiva sobre el crecimiento del cabello.

BLUE CAP® GEL DE BAÑO Y DUCHA, es un nuevo producto que se añade a la gama **BLUE CAP®**. Su uso diario mantiene la piel hidratada, sedosa, suave y elástica, mejorando su aspecto y evitando la descamación, el picor y la irritación.

SOLICITE ASESORAMIENTO CIENTÍFICO EN EL 901 309 309

De venta en **FARMACIAS**



Catalysis, s.l.

C/ Macarena, 14 • 28016 Madrid (ESPAÑA)
Tel: 91 345 69 02 • Fax: 91345 97 25

Web: www.catalysiscentral.com • E-mail: catalysis@sistel.com

GEL DE BAÑO:
400 ml

CHAMPÚ:
150 ml y 400 ml



SPRAY:
100 ml y 200 ml

CREMA:
50 ml

El uso diario de **BLUE CAP®** disminuye la irritación, el picor y la descamación

BLUE CAP® hidrata y refresca la piel revitalizándola y nutriéndola hasta recobrar su aspecto sano y natural

Los efectos de **BLUE CAP®** sobre la piel son visibles a los pocos días de su aplicación