

Más de 4000 alumnos de ESO y bachillerato se forman sobre el impacto que causa el acné en la adolescencia

Más de un centenar de empleados del Laboratorio dermocosmético Eucerin® participan en esta jornada de voluntariado. La misión social de Eucerin en el mundo tiene como objetivo promover la inclusión social de personas y grupos de todas las edades afectadas por enfermedades de la piel. Problemas dermatológicos, miedo al aislamiento, baja autoestima o incluso cuadros de ansiedad son algunos de los síntomas que pueden sufrir los adolescentes con problemas de acné

La marca de dermocosmética Eucerin® ha realizado durante el día de ayer una jornada de voluntariado en institutos de toda España, cuya finalidad es acercar a los jóvenes información sobre el acné y sus consecuencias dermatológicas y psicológicas. Dentro de su programa de Responsabilidad Social Corporativa, Care Beyond Skin Day (CBSD), los empleados de la firma alemana han visitado a más de 4000 alumnos desde 3º de ESO a 2º de Bachillerato de institutos de toda España.

En nuestro país hasta el 85% de los adolescentes padece acné, siendo el primer motivo de visita al dermatólogo. Entre algunas de sus causas más frecuentes están los cambios hormonales, el aumento de secreción grasa, los factores hereditarios o las situaciones de estrés. El acné no solo es un problema de la piel, sino que muchos adolescentes padecen rechazo social o incluso situaciones de ansiedad y miedo a salir de casa.

En palabras de Nuria Cuesta, Directora médica de Eucerin®, "la prevalencia del acné en la adolescencia es tan alta que casi todos los jóvenes lo sufren. El acné no solo deja marcas en la piel, también las deja en la autoestima de nuestros adolescentes. Nuestra misión es concienciar sobre la importancia de cuidar la piel y de acudir al dermatólogo. Actualmente los jóvenes están más abiertos a cuidarse y mejorar la salud de su piel. Quizá el auge de las redes sociales y la necesidad de integrarse con los demás hacen que se preocupen más por esta patología".

Por su parte, Davison Pereira, Director General de Eucerin® para España y Portugal explica por qué la marca ha decidido apostar por los jóvenes dentro de su política de Responsabilidad Social Corporativa. "Desde Eucerin®, como marca pionera en el cuidado dermatológico de la piel, estamos convencidos que una piel saludable transforma positivamente la vida de las personas. Y los jóvenes, afectados por acné y otras patologías, son emocionalmente vulnerables frente a los cambios en su aspecto. Por ello nos comprometemos con entregarles información clínicamente comprobada, que vaya más allá de lo ven en redes sociales. Esto, con el objetivo de inspirarlos a crear hábitos saludables, de cuidado de su piel, pero sobre todo a aceptarse y valorarse, más allá del simple aspecto de su rostro. Porque desde Eucerin® contamos con estudios[1] que demuestran que la estigmatización por patologías en la piel afecta a los jóvenes no sólo en su felicidad, sino también en su confianza y éxito personal y social. En resumen, queremos ser parte del cambio positivo, ahora y en el futuro".

Social Mission Eucerin y el impacto del acné en la adolescencia

El acné en la adolescencia puede dar lugar a una pérdida de autoestima, y llevar a la estigmatización. Algunos estudios indican que las personas que sufren acné tienen mayores posibilidades de sufrir depresiones, ansiedad y fobias sociales que las personas que no lo sufren[2]. Otros estudios demuestran que la ansiedad y el acné van de la mano con mucha frecuencia[3] y que el impacto psicológico del acné puede provocar cambios de comportamiento. Muchas de las personas afectadas por acné:

Evitan el contacto visual con otras personas

Acaban cayendo en la timidez

Se ocultan tras pañuelos, gorros y pelo largo, y a menudo utilizan maquillaje en exceso

Dejan de hacer ejercicio o de salir con otras personas para hacer deporte

Se niegan a aparecer en fotos

Evitan las relaciones sociales

La misión social de Eucerin en el mundo tiene como objetivo promover la inclusión social de personas y grupos de todas las edades afectadas por enfermedades de la piel. Es por ello que en España han centrado sus esfuerzos en acercar a los jóvenes más información sobre esta patología que tanto impacto social y emocional les causa a edades tempranas.

(1) Barbara Schuster, Julia Gallinger, Wolfgang G Philipp-Dormston, Matthäus Vasel, Alison M Layton, Less confident, successful and happy: patients with post-acne hyperpigmentation are stigmatized, British Journal of Dermatology, Volume 188, Issue 5, May 2023, Pages 682–684

(2) Ramos-e Silva et al., BJD, 2015, 172 (Suppl. 1): 20-26; Polenghi MM, Zizak S, Molinari E. Emotions and acne. Dermatol Psychosom 2002; 3:20-5.

(3) Yazici K, Baz K, Yazici AE, Kokturk A, Tot S, Demirseren D, et al. Disease-specific quality of life is associated with anxiety and depression in patients with acne. J Eur Acad Dermatol Venereol 2004;18:435-9.;

Khan MZ, Naeem A, Mufti KA. Prevalence of mental health problems in acne patients. J Ayub Med Coll Abbottabad 2001; 13:7-8;

Polenghi MM, Zizak S, Molinari E. Emotions and acne. Dermatol Psychosom 2002; 3:20-5

Medansky RS, Handler RM, Medansky DL. Self-evaluation of acne and emotion: a pilot study. Psychosomatics 1981; 22(5):379-8

Datos de contacto:

Andrea Bautista
Agencia Kailani
601145078

Nota de prensa publicada en: [Badalona, Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Medicina](#) [Industria](#) [Farmacéutica](#) [Sociedad](#) [Cataluña](#) [Solidaridad y cooperación](#) [Psicología](#) [Otras](#)
[Industrias](#) [Bienestar](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>