



Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciencias de la Comunicación

PROGRAMA ESPECIAL DE TITULACIÓN

**«SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA ROSÁCEA, EN
JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LIMA
METROPOLITANA EN EL AÑO 2019»**

Bachilleres:

FLORES INGA, JORGE ALBERTO

GUERRERO PICHARDE, YASMINA BRIYHITT

**Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Lima – Perú

2019

Dedicatoria

Al hombrecito que Dios envió,
para bendecir mis días. **Mathias**, mi hijo.

A **Eva Valeria Flores Montesinos**,
por su sonrisa sincera y sus abrazos tibios.

Agradecimiento

A nuestro Dios, porque siempre está con nosotros cuando más lo necesitamos. A nuestras madres, **Flor Picharde** y **Maricela Inga**, por no solo darnos la vida, sino por tomarse el tiempo de sus vidas para educarnos, alimentarnos y siempre estar atentas a todo lo que diariamente nos pasa. Al asesor Mag. Carlos Ramírez Parco, por ayudarnos en nuestra campaña de sensibilización de una enfermedad que no recibió la atención requerida de parte de la sociedad peruana y que más de 600,000 peruanos la padecen. Este es un proyecto por el cual, el profesor Ramírez compartió sus conocimientos y experiencias en el mundo del *Marketing*.

Agradecemos a todas las personas, que día a día nos tendieron la mano para avanzar poco a poco a nuestra meta final; al profesor Martín Carranza, por la ayuda y la paciencia. A todos nuestros jóvenes colegas de la casona de Hernán Velarde; a ellos nuestro agradecimiento. También a la empresa **Bioderma**, y la Clínica Estética **AMA**, que se interesaron por el tema y colaboraron desinteresadamente en la ejecución de nuestra campaña social.

Resumen

El siguiente trabajo social, explica todo lo que significa contraer una enfermedad tan complicada y poco divulgada como la Rosácea, una enfermedad que, según algunas investigaciones, es más propenso en las féminas de edad media y con tez blanca. Los investigadores plantearon el siguiente **objetivo general**: «*Analizar si el Estado genera sensibilización sobre la enfermedad de la Rosácea en jóvenes universitarios de 18 a 25 años de Lima Metropolitana en el año 2019*», porque es importante resolver ciertos cuestionamientos con respecto al Estado y la enfermedad. Los **objetivos específicos** son: «*Analizar si el Estado ha generado Campañas Sociales con contenidos gráficos publicitarios sobre la enfermedad de la Rosácea dirigidos a jóvenes universitarios de 18 a 25 años en Lima Metropolitana en el año 2019*» y «*Analizar si el Estado impulsó investigación de la enfermedad de la Rosácea en jóvenes universitarios de 18 a 25 años en Lima Metropolitana en el año 2019*»; dos objetivos específicos, también importantes para entender sobre la manifestación gráfica publicitaria en este tema y las investigaciones por parte de esta entidad.

Los instrumentos utilizados fueron: investigación cuantitativa, indagación con un número de 200 encuestados, dirigida a hombres como a mujeres de 18 a más años. Las preguntas fueron cerradas y abiertas, entre las fechas del 25 de abril al 2 de mayo del año 2019. Con ello, se conoció en el público sus conocimientos sobre distintos temas de la enfermedad, así como de la empresa Bioderma con quien se hace una estrategia de campaña. Y, también se hizo, una investigación cualitativa, en dos formatos: *Focus Group*, donde participaron 6 personas entre 20 y 23 años (el 8 de mayo de 2019), y entrevistas en

profundidad, que se hicieron a especialistas en psicología, psiquiatría, dermatología y un joven que sufre la enfermedad.

Se logró captar la atención del presidente de la Academia Peruana de la Lengua, Dr. Marco Martos, con quien se conversó sobre la necesidad de colocar el significado de enfermedad Rosácea en la RAE. Se informó en medios digitales sobre el empeoramiento de la enfermedad en invierno, entre otras cosas importantes.

Deseamos que nuestro estudio ayude a las personas con esta enfermedad, y puedan mejorar su estado anímico y tener la confianza de afrontar mejor la enfermedad. Nuestra propuesta, como parte de la solución, es hacer una campaña, donde se muestre la importancia del conocimiento de la enfermedad en los jóvenes peruanos que son los más afectados por esta problemática.

Se desea lograr que las piezas gráficas creadas en este trabajo, puedan trascender en el tiempo, y así la enfermedad ya no sea indiferente, sino que se busque, a partir de este proyecto, más información al respecto.

Palabras claves: Rosácea, sensibilización, campaña y rostro.

Índice

Dedicatoria	2
Agradecimiento	3
Resumen	4
Índice	6
Introducción	10
CAPÍTULO I	12
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1. 1. DIAGNÓSTICO	12
1.1.1. ANÁLISIS DEL PROBLEMA A NIVEL MUNDIAL	15
1.1.2. ANÁLISIS DEL PROBLEMA A NIVEL LATINOAMÉRICA	16
1.1.3. ANÁLISIS DEL PROBLEMA EN EL PERÚ	16
1.2. PREGUNTA	17
1.2.1. PREGUNTA GENERAL	17
1.2.2. PREGUNTAS ESPECÍFICAS	17
1.3. OBJETIVOS	18
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	18
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
1.4. JUSTIFICACIÓN	18
1.5. LIMITACIONES.....	20
CAPÍTULO II	21
2. FUNDAMENTOS	21
2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	21
2.2. DESARROLLO DE LA TEMÁTICA	24
2.2.1. ROSÁCEA	24
2.2.2. ROSÁCEA COMO SIGNIFICADO EN LA RAE	24
2.2.3. DIAGNÓSTICO Y CLASIFICACIÓN DE LA ROSÁCEA	25

2.2.5. TRATAMIENTO PARA LA ROSÁCEA	30
2.2.6. ROSÁCEA: CALIDAD DE VIDA	31
2.2.7. FALTAS DE POLÍTICAS DE ESTADO	33
2.2.8. ASPECTO LEGAL	34
2.2.8.1. REGLAMENTO DE LA LEY N.º 29698, LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL Y PREFERENTE ATENCIÓN EL TRATAMIENTO DE PERSONAS QUE PADECEN ENFERMEDADES RARAS O HUÉRFANAS	34
2.3. DEFINICIÓN CONCEPTUAL	34
CAPÍTULO III	36
3. PLAN DE <i>MARKETING</i>	36
3.1. PLAN DE <i>MARKETING</i> SOCIAL	36
3.1.1. RESUMEN EJECUTIVO	36
3.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	37
3.2.1. MACROENTORNO	37
3.2.2. MICROENTORNO	39
3.3. ESTUDIOS DE MERCADO	40
3.3.1. INSTRUMENTOS UTILIZADOS	40
3.4. RESULTADOS INVESTIGACIÓN DE MERCADO	71
3.5. ANÁLISIS FODA	74
3.6. GRUPO OBJETIVO	75
3.6.1. GRUPO OBJETIVO PRIMARIO	75
3.6.2. GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO	76
3.7. PATROCINADOR	76
3.8. ¿CÓMO QUEREMOS QUE VEAN NUESTRA CAMPAÑA?	77
3.9. <i>BRAND EQUITY</i> DE LA CAMPAÑA (LOS VALORES DE LA CAMPAÑA)	77
3.10. OBJETIVOS	77
3.10.1. OBJETIVO GENERAL	77
3.10.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	77
3.11. ESTRATEGIAS – TÁCTICAS	78
3.12. PLAN DE CONTINGENCIA	81

CAPÍTULO IV	82
4. ESTRATEGIA PUBLICITARIA	82
4.1. ¿PROBLEMA A RESOLVER?	82
4.2. ANTECEDENTES – <i>BENCHMARKING</i>	82
4.3. ¿QUÉ DECIR?	89
4.4. HECHO CLAVE	89
4.5. OBJETIVO PUBLICITARIO	89
4.6. POSICIONAMIENTO	90
4.7. <i>CLAIM</i>	90
4.8. <i>HASHTAG</i> DE CAMPAÑA.....	90
4.9. <i>REASON WHY</i>	90
4.10. CONCEPTO CENTRAL CREATIVO	90
4.11. TONO DE COMUNICACIÓN	91
4.12. RESPUESTA ESPERADA	91
4.13. ISOLOGOTIPO	91
CAPÍTULO V	96
5. ESTRATEGIA DE MEDIOS	96
5.1. OBJETIVOS	96
5.2. MIX DE MEDIOS	96
5.3. MEDIOS <i>OFFLINE</i>	97
5.3.1. <i>BRANDING</i>	97
5.3.2. POLOS	98
5.3.3. RADIO	98
5.3.4. PRENSA ESCRITA	99
5.3.5. <i>TRADE-PLAN</i> DE CONTINGENCIA	100
5.3.6. VÍA PÚBLICA	100
5.4. MEDIOS <i>ONLINE</i>	105
5.4.1. FACEBOOK	105
5.4.2. INSTAGRAM	115
5.4.3. YOUTUBE	116

5.4.4. <i>PAPER</i>	116
5.4.5. <i>BLOG</i>	119
5.4.6. <i>PACKAGING</i>	121
5.4.7. <i>DISPLAY BANNER WEB</i>	122
5.5. <i>RELACIONES PÚBLICAS</i>	123
5.6. <i>INFLUENCER</i>	125
5.7. <i>NOTA DE PRENSA</i>	130
CAPÍTULO VI	131
6. <i>PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO</i>	131
6.1. <i>PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES (ROAD MAP)</i>	131
6.2. <i>CALENDARIO DE LA CAMPAÑA</i>	132
6.3. <i>PRESUPUESTO DE CAMPAÑA</i>	133
CONCLUSIONES	138
RECOMENDACIONES	
139	
BIBLIOGRAFÍA	140
ANEXOS	143

Introducción

El presente trabajo de investigación lleva como título «*Sensibilización sobre la Rosácea, en jóvenes universitarios de Lima Metropolitana en el año 2019*». Tiene como objetivo general «*Analizar si el Estado genera sensibilización sobre la enfermedad de la Rosácea en jóvenes universitarios de 18 a 25 años de Lima Metropolitana en el año 2019*». También cuenta con objetivos específicos: «*Analizar si el Estado ha generado Campañas Sociales con contenidos gráficos publicitarios sobre la enfermedad de la Rosácea [...]*» y «*Analizar si el Estado impulsó investigación de la enfermedad de la Rosácea [...]*».

Para desarrollar la investigación de acuerdo a los lineamientos y estructuras formales de todo estudio universitario, la presente investigación se ha dividido en 6 capítulos:

El **primer capítulo** habla sobre el problema, ya que la enfermedad es multisistémica (enfermedad que involucra a otros órganos internos del ser humano) e idiopática, es decir que no se sabe cómo nace la enfermedad. También se ha hecho un análisis a nivel mundial, comprendiendo que la Rosácea afecta a más de 40 millones de individuos en el mundo. Y tanto España, como EE. UU., Rusia, Reino Unido y Alemania, sus casos de pacientes con esta enfermedad es constante por el tipo de piel que ellos tienen. Aparece en este capítulo la pregunta general como las específicas, así como los objetivos de la investigación. Se pueden concluir que es básicamente la falta de información lo que limitó la investigación. La información sobre la enfermedad, es muy escasa, y aún no se reconoce con facilidad de qué se trata.

El **segundo capítulo** estudia los fundamentos de la tesis, los antecedentes de la investigación; Rosácea, como definición, como significado en la RAE, un significado que como palabra existe, más no como definición de enfermedad, algo bastante interesante

para la investigación. El diagnóstico y la clasificación también se encuentran en este capítulo, los tratamientos, lo que los pacientes con Rosácea deben hacer y lo que no deben hacer, y la calidad de vida de los que sufren con esta enfermedad. Las faltas de políticas del estado peruano, y porque este mal no está en el reglamento de enfermedades raras o huérfanas. Finalizando con algunos ejemplos de campañas sociales sobre la Rosácea en el mundo, sus gráficas publicitarias y su difusión en medios de comunicación.

En el **tercer capítulo**, está el Plan de *Marketing* y el estudio de mercado, con un resumen ejecutivo se expone el plan de la realización de una campaña social de sensibilización sobre la enfermedad de la Rosácea. El Análisis de entorno, con el macroentorno: tanto como sociocultural, demográfico, ambiental y tecnológica. Microentorno, con la competencia directa e indirecta. Se presenta el estudio de mercado con los instrumentos utilizados: investigación Cuantitativa y Cualitativa, donde se desarrollan las encuestas, *Focus Group* y entrevistas a profesionales. Luego el análisis FODA y el grupo objetivo. Culminando con el Plan de contingencia.

Para el **cuarto capítulo**, se expone la estrategia publicitaria, problema a resolver, antecedentes – *benchmarking*, ¿qué decir?, hecho clave, objetivo, posicionamiento, *claim*, *hashtag* de campaña, *reason why*, concepto central creativo, tono de comunicación, respuesta esperada y el isologotipo. Un capítulo bastante interesante.

En el penúltimo capítulo, el **capítulo V**, nos encargamos de la estrategia de medios, los objetivos, el mix de medios, medios *offline*, *branding*, polos con el isologotipo y la radio donde se va a presentar la campaña. Prensa escrita, *trade-plan* de contingencia, vía pública, para ir a los medios *online*: como Facebook, Instagram, YouTube. El *paper*, blog, para mostrar la campaña «Soy Rosácea» en los *packaging*, *Display Banner Web*, relaciones públicas, los *influencer*, y la nota de prensa.

Culminando en el **capítulo VI**, con la programación y presupuesto, programación de actividades (*Road Map*), calendario de la campaña, presupuesto de campaña. Luego terminamos con las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los anexos, que es la última parte de este estudio, donde se coloca todo (en sus versiones originales), de lo que se hizo durante el tiempo de la investigación.

Capítulo I

Problema de investigación

1.1. Diagnóstico

Según la *Sociedad Nacional de Rosácea (NSR)*, la enfermedad de la Rosácea es un mal a la piel, que da en el rostro, y este se vuelve de color rojo. (Tirado, 2007):

La Rosácea es una dermatosis inflamatoria crónica, que se caracteriza por la aparición de eritema, pápulas, pústulas, nódulos, en algunos casos telangiectasias, hipertrofia de las glándulas sebáceas y fimas, afectando a la parte media de la cara y muchas veces con compromiso ocular, que puede producir blefaritis, conjuntivitis, queratitis, iritis y epiescleritis. Ocasiona alteración estética notable de la cara, lo que afecta intensamente la vida de relación social de los que la padecen, con sus consiguientes repercusiones psíquicas. Asimismo, hemos observado que, en los casos de inicio juvenil, se ha precedido de una fotodermatitis que permanece una vez establecida la Rosácea (p. 6).

Cabe rescatar, que muchas veces esta enfermedad se confunde con el acné, pero no lo es, esta confusión trae consigo un mal diagnóstico y por consecuencia, un mal tratamiento. Según últimos estudios, esta enfermedad cada día va en aumento. Por ejemplo, en la página web de la *Fundación Española del Aparato Digestivo (FEAD)*, dice lo siguiente.

El dermatólogo José Manuel Miralles López alertó de un incremento de casos en la consulta de rosácea, especialmente en su forma más severa, [...] y es «una de las patologías más infra diagnosticadas de la piel». Según el

doctor, aunque la padecen entre un 2 y un 5 por ciento de la población, los estudios epidemiológicos dan prevalencias «muy variables». «Lo que sí estamos apreciando es un incremento del número de casos en la consulta y especialmente en su forma más severa», ha apuntado en este sentido. Se trata de una patología que si no se trata suele progresar y aumentar su severidad. Las causas exactas de esta patología se desconocen, pero los últimos estudios sugieren que puede estar detrás un mal funcionamiento del sistema inmunitario (que induce cascadas inflamatorias) o la desregulación neurovascular (conduce a la vasodilatación y al desarrollo de vasos sanguíneos superficiales) (párr.).

Es necesario resaltar que esta enfermedad es ***multisistémica*** (que es una enfermedad con trastornos médicos que involucran y afectan a algunos órganos del interior del paciente y eso puede producir una formación anormal de varias enfermedades. Esto quiere decir que pueden afectar órganos como la piel, los ojos) y se dice que es ***idiopática*** (es decir sobre una causa desconocida, o es el proceso que no se conoce como y de donde surge; también, en la enfermedad específica donde se estudia, no se sabe cómo nace y se describe como una irrupción espontánea o de causa desconocida).

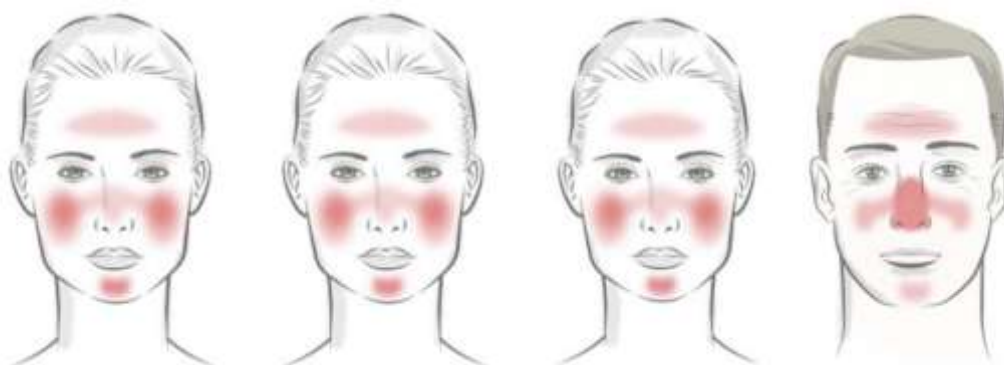
En la página web de la *Sociedad Nacional de Rosácea* (NSR), en su ítem «preguntas frecuentes», habla sobre las teorías de las causas de esta enfermedad, y dice que, puede ser que no tenga una causa conocida, y son varias las teorías del inicio de la Rosácea, y de cómo se ha desarrollado a lo largo de las décadas. Como dice la página web de dicha sociedad, «los vasos sanguíneos faciales pueden dilatarse con demasiada facilidad, y el aumento de sangre cerca de la superficie de la piel hace que la piel se vea roja y enrojecida. Varios factores ambientales y de estilo de vida, llamados desencadenantes, pueden aumentar esta respuesta de enrojecimiento». Es probable que tenga una similitud al acné, y aparezca sus pústulas y barritos justo en el rostro como esa enfermedad, y por tal ponerla toda roja como un tomate, pero todo esto tiene una relación directa con la sangre que recorre nuestra piel facial, ácaros entre otros factores. (Ese ácaro, del cual hablamos en este estudio, es el ***Demodex folliculorum***, que es un parásito obligado y comúnmente

detectado en pacientes con privación del sistema inmunológico). Hasta el momento, ninguna de estas variantes ha sido probada como causa exacta de la enfermedad.

La enfermedad de la Rosácea está presente hasta en un 10 % de la gente; pero la padecen en su mayoría, pacientes que tienen un rostro de tez blanca, con rasgos de nacimiento europeo y de oriente medio. Cabe resaltar, que son las personas de la Unión Europea y de EE. UU. quienes tienen, en mayor proporción, esta enfermedad.

En otro tipo de poblaciones, la Rosácea es poco común, su porcentaje es mínimo, llega a un 4 %. Esta gente tiene sus familiares en ascendencia de África, en la Latina y en Asia. A nivel mundial, la relación entre las mujeres que padecen la enfermedad y la de los hombres es de 3:1. (Como se aprecia en la imagen N.º 1).

Imagen N.º 1



Fuente: <https://www.rosacea.org/>

Es a los 20 años donde se manifiesta primordialmente, sobre todo un pequeño rubor en las mejillas; pero, las expresiones sobre saltantes empiezan en la edad de 30 años, una edad donde la Rosácea se muestra más desarrollada. Los países de Gran Bretaña e Irlanda lo llaman «la maldición de los celtas».

La enfermedad no cuenta con la atención requerida en el país, no hay información sobre ella, y no hay muchos estudios.

En cambio, otros lugares donde la enfermedad también predomina, tal como es en **EE. UU.** *Almirall* (compañía farmacéutica, con sede central en Barcelona) lanzó una campaña de historias para aumentar la concientización sobre la Rosácea. La *Red Girl*, destaca los efectos psicológicos negativos de esta enfermedad. En **Italia**, hay una campaña

de cómo la Rosácea persistente en la cara es considerado por muchos como un simple «problema estético», cuando en cambio puede ocultar un problema médico y psicológico real. *Galderma UK* (Reino Unido), tiene una campaña que muestra cómo se ve la Rosácea en las personas, *Vogue UK* y *Vogue España*, también le dan la importancia especial a esta enfermedad. Dichas marcas, no solo abordan lo estético, sino también lo psicológico, que, en muchas ocasiones, es lo que más daño hace en la persona que afronta esta enfermedad, su autoestima.

1.1.1. Análisis del Problema a Nivel Mundial.

Según el doctor Simon Moore, en su revista virtual «*Face Values, Global Perceptions Survey Report*», afirma que esta terrible enfermedad está afectando a más de 40 millones de individuos a nivel mundial (Ver imagen N.º 2). En **España**, por ejemplo, afecta a 4,2 millones de personas. Y es porque la piel de los españoles es extra sensible y este trastorno se manifiesta sobre todo por el enrojecimiento de mejillas, nariz, frente y barbilla.

En **EE. UU.**, la Rosácea afecta a alrededor de 16 millones de personas, y es más común en mujeres que en hombres. Una importante investigación que se hizo en **Rusia**, de 1,113 pacientes con esta enfermedad, se obtuvo como resultado que el 61 % eran del sexo femenino. También en **Reino Unido**, un estudio a 60,000 casos de Rosácea, se concretó que el 62 % eran mujeres. Sin embargo, una investigación que según se dijo «el más grande realizado en el país de **Alemania**», de 91,000 personas, la prevalencia de esta enfermedad, el 2.4 % fue para hombres y el 2.1 % fue para mujeres, mostrando, en este estudio, el incremento en los varones.

Imagen N.º 2



Fuente: *Face Values, Global Perceptions Survey Report*

1.1.2. Análisis del Problema a Nivel Latinoamérica.

La investigación llegó a la conclusión que, en el mundo, son pocas las investigaciones y publicaciones sobre la Rosácea. Por ejemplo, en Latinoamérica: En **Argentina**, un 8 % de las mujeres señaló a la enfermedad (Rosácea), como un problema que lesiona su rostro, esto, de acuerdo a una encuesta que se hizo a 500 personas del sexo femenino por IPSOS (una importante consultora) para *Beiersdorf*. **Brasil** también realizó dos estudios; estos estudios fueron publicados grupalmente, y vieron que más de 60 % de los enfermos eran mujeres, 48.7 años en promedio (Premenopausia). En **Colombia** se hizo un estudio de la prevalencia de Rosácea en una consulta con un dermatólogo, en ciudades como: Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali y Medellín; y se llegó a la conclusión que, de todos los casos, un 2.8 % va por esta enfermedad.

1.1.3. Análisis del Problema en el Perú.

En el Perú, la enfermedad de la Rosácea crece año tras año. Por ejemplo, en **Lima**, de 3,298 personas con problemas dermatológicas, se encontró una prevalencia de 2 % (66), pero sin identificar los subtipos de Rosácea. El médico especialista en dermatología Dr. José Aparcana, dijo en una entrevista con el Dr. Tomás Borda, cuando tenía su programa Dr. TV para América Televisión (canal 4), que, en el **Perú**, 2 de cada 100 personas podrían tener Rosácea; por lo tanto, llegaríamos a la conclusión que en el Perú más de 600 mil personas (aproximadamente) sufren de esta enfermedad, dato importante para la investigación.

Causas del Problema en el Perú.

Que no haya campañas de información sobre la Rosácea, es básicamente porque no hay un interés genuino de parte del gobierno sobre esta enfermedad. Y, con esto, la desinformación sobre la Rosácea es algo constante en el país.

Consecuencias del Problema en el Perú.

Las consecuencias que acarrea la desinformación y la falta de investigación de esta enfermedad son: *bullying*, baja autoestima, depresión, aislamiento, maltrato, falta de respeto, etcétera, en las personas que la padecen.

Esta enfermedad no solo afecta físicamente a la persona, sino también psicológicamente, pues el 70 % sufre de baja autoestima y vergüenza.

La psicóloga, Mayra Mostajo Machado, nos comentó en una entrevista:

Las consecuencias psicológicas que pueden traer esta enfermedad [la Rosácea] varían de acuerdo al carácter de cada persona. Lo común es que estas personas tienden a estresarse más rápido, suelen ser más ansiosas, tienen dificultades para relacionarse con los demás, puesto que, su autoestima tiene niveles bajos esto les impide tener la seguridad y confianza. La dificultad con la autoestima hace que no tengan la seguridad, esto puede llegar a extremos en los cuales ni siquiera interactúen con su propia familia. Las personas que tienen esta enfermedad van a tener tendencia a la introversión y tener una fobia social. En nuestra sociedad, específicamente en Perú, todavía no hay una concientización sobre la salud emocional, lo que genera que no siempre estos casos sean tratados

1.2. Pregunta

1.2.1. Pregunta General.

- ¿El Estado generó sensibilización sobre la enfermedad de la Rosácea en jóvenes universitarios de 18 a 25 años de Lima Metropolitana en el año 2019?

1.2.2. Preguntas Específicas.

- ¿El Estado ha generado Campañas Sociales con contenidos gráficos publicitarios sobre la enfermedad de la Rosácea dirigidos a jóvenes universitarios de 18 a 25 años en Lima Metropolitana en el año 2019?

- ¿El Estado impulsó investigación de la enfermedad de la Rosácea en jóvenes universitarios de 18 a 25 años en Lima Metropolitana en el año 2019?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General.

- Analizar si el Estado generó sensibilización sobre la enfermedad de la Rosácea en jóvenes universitarios de 18 a 25 años de Lima Metropolitana en el año 2019.

1.3.2. Objetivos Específicos.

- Analizar si el Estado ha generado Campañas Sociales con contenidos gráficos publicitarios sobre la enfermedad de la Rosácea dirigidos a jóvenes universitarios de 18 a 25 años en Lima Metropolitana en el año 2019.

- Analizar si el Estado impulsó investigación de la enfermedad de la Rosácea en jóvenes universitarios de 18 a 25 años en Lima Metropolitana en el año 2019.

1.4. Justificación

Es muy importante realizar esta investigación, porque no es un tema de interés dentro de la comunidad universitaria. No hay muchos trabajos de investigación o tesis que aborden este tema; a su vez, queremos contrarrestar la escases que existe desde el punto de vista comunicacional, sobre cómo abordar el tema de la Rosácea desde una campaña social de sensibilización, en medios publicitarios.

Se mostrará a la comunidad universitaria, un mal que, en la actualidad, padecen más de 600 mil peruanos y ante la cual, tanto la comunidad médica, la comunidad científica, y los mismos comunicadores, no hacen nada, ni tampoco tienen interés. A través de esta tesis, Lima sabrá de la importancia que tiene el poder de informar sobre una enfermedad por la cual una gran parte de la población peruana está inmersa y así generar un aporte con el fin de contrarrestar este desconocimiento que existe dentro de la comunidad universitaria en nuestro país.

Factores Internos (De los investigadores).

La investigación que se está realizando, demanda el análisis profundo de diversos factores, como: La motivación de la investigación, que va porque hemos encontrado un pequeño porcentaje de la comunidad que sufre de estas dolencias, una enfermedad que aparentemente no causa un interés en el Estado y la sociedad, pero que aumenta considerablemente día tras día, dejando estragos emocionales y físicas en cada persona que la padece y, porque no decirlo, en sus familiares y amistades. Debemos mencionar que en nuestro país hay demasiados problemas psicológicos que lo llevan a un complicado futuro social. Además, este tema (la enfermedad de la Rosácea) es singular, peculiar, original y poco o casi nada explorado en la actualidad. Al aumentar la enfermedad todos los días, estas fuentes deben ser usada para informar sobre este terrible mal a toda la población limeña; por lo tanto, es muy conveniente investigarlas y darlas a conocer; además, y como caso particular, una de las personas que forma parte del equipo de investigación, actualmente vive con esta enfermedad. Dato importante para saber por qué el motivo de estudio.

La investigación cuenta con dos profesionales que ostentan el grado de bachiller en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú (UTP); por una parte, Periodismo y Audiovisuales; por otra, la de Comunicación Corporativa. Ambos bachilleres tienen mucha experiencia laboral en el ámbito periodístico, en entidades públicas y privadas, Relaciones Públicas, Imagen Institucional, edición de revistas, eventos corporativos, etc. Cabe destacar que, dentro de las funciones y responsabilidades de los bachilleres, fue el constante trabajo con plataformas virtuales de distintas empresas.

Para la elaboración pertinente y adecuada de la presente investigación, se contó con el apoyo del asesor Máster en *Marketing*, Carlos Ramírez Parco, que labora en el actual equipo de *marketing* de Oncosalud.

Factores Externos (Del problema).

El presente trabajo es trascendente porque se necesita ampliar más los conocimientos sobre la Rosácea, entender todo lo que conlleva que las personas tengan este malestar; su sufrimiento, sus traumas psicológicos, y demás cuestiones personales que se sufren a lo largo de la enfermedad. Para ello, siempre debemos tener en cuenta el

constante cambio de las comunicaciones, tanto en formatos convencionales como los actuales y abrir paso a toda una generación de cambios de opinión y concientización sobre distintos temas, que luego de ser comunicada de manera eficiente y correcta, llegan a cambiar conductas tanto de los pacientes, como las personas que viven alrededor de ellas.

Como hemos visto en todo el estudio, la Rosácea es una enfermedad que va en aumento días tras día, a nivel mundial y sobre todo en el Perú. Es de actual importancia de la salud, no solo física (puesto que se desarrolla en gran escala en el rostro), sino también psicológica (afecta emocionalmente a las personas), y su vigencia amerita una investigación constante.

La factibilidad, o la disponibilidad, es que se cuenta con una empresa dermatológica tan importante en el rubro como **Bioderma Laboratories**, compañía farmacéutica francesa, que se especializa en medicamentos para afecciones dermatológicas. Esta importante empresa nos acerca a los especialistas en dermatología que serán parte de la fuente primaria para la realización de esta investigación. Así también, la **Clínica AMA**, se sumó a esta campaña.

La constante recolección de datos, se realizará mediante comunicación con las personas especialistas en el tema, doctores, páginas webs de medicina dermatológica, y otros. Por este motivo, la investigación sobre la Rosácea, servirá de referencia, de muestra, para otros análisis de la misma temática, otros estudios o investigaciones, ya sea para fines médicos, o para otras campañas sociales a favor de las personas con algún padecimiento dermatológico.

1.5. Limitaciones

Las dificultades que se tiene en el presente estudio, es la falta o poca información que hay con respecto a esta enfermedad. Se debe precisar que no hay estudios completos en el Perú sobre la Rosácea, y mucha de la información es del extranjero, que tiene un idioma distinto al de los investigadores. Además, es un tema netamente médico que escapa del desarrollo universitario de los bachilleres, que es las Ciencias de la Comunicación. Cabe mencionar que el tema médico es el insumo para que se desarrolle la campaña social.

Capítulo II

Fundamentos

2.1. Antecedentes del estudio

Antecedente 1: Erick Bravo. «Estudio clínico epidemiológico sobre Rosácea en pacientes del Hospital "Luis N. Sáenz", periodo enero 2013 - junio 2014».

Tipo de documento: Tesis

Procedencia: Posgrado de la UNMSM - Perú

Problema: El estudio muestra el desarrollo de la enfermedad de la Rosácea en pacientes, sobre todo mujeres, que son un 74 %. También muestra la edad de presentación que está entre 40 a 60 años, con una media de 46 años. Aproximadamente la tercera parte (29 %) presenta antecedentes de familiares de primer grado.

El subtipo Eritemato-telangiectásico (53 %) es el predominante; seguido del Pápulo – pustular (42 %).

El nivel de exposición solar promedio de los pacientes, resultó en 5 horas diarias y fue considerado como el principal desencadenante (91 %) de síntomas de Rosácea.

Conclusiones

- Realizar otros estudios descriptivos, en poblaciones que viven a un nivel de altitud mayor al de ciudades de la costa (serranías del Perú).
- Realización de estudios analíticos, para evaluar el real impacto en nuestra población de los factores de Riesgo asociados al desarrollo de Rosácea.

- Realización de estudios prospectivos para un mejor entendimiento de la historia natural y respuesta al tratamiento de los pacientes con Rosácea.

Antecedente 2: Ericson L. Gutiérrez, Carlos Galarza, Willy Ramos, Mercedes Tello, Isabel Rojas, Humberto Chía, Gerardo Ronceros, y Alex G. Ortega-Loayza. «Prevalencia de Enfermedades Dermatológicas en una comunidad rural de Ucayali, Perú». **Tipo de documento:** Trabajo de investigación

Procedencia: Perú – Ucayali

Problema:

Las enfermedades dermatológicas representan un problema importante de salud en regiones tropicales. El objetivo es determinar la prevalencia de enfermedades dermatológicas en una comunidad rural de la selva peruana. El estudio descriptivo y transversal. Del lugar de la Comunidad rural de Pueblo Libre, distrito de Campo Verde, Coronel Portillo, Ucayali-Perú. Los participantes fueron todos los pobladores de dicha comunidad, durante el mes de febrero de 2005; se realizó una encuesta casa por casa, registrándose las características sociodemográficas, el diagnóstico dermatológico, sexo y edad en una ficha de recolección de datos.

Conclusiones

Existe una alta prevalencia de enfermedades dermatológicas en la comunidad estudiada, siendo las más prevalentes, las dermatosis infecciosas. Los resultados del presente estudio servirán para la capacitación de los médicos generales en el diagnóstico y tratamiento de la dermatosis más común, debido a la escasez de especialistas en la selva peruana.

Antecedente 3: Chávez Montesinos, Diana Jeanette Salazar, Roggero Yolanda. «Factores de riesgo de la Rosácea en un hospital de Lima, Perú».

Tipo de documento: Tesis

Procedencia: Perú - Lima

Problema:

En la actualidad, la rosácea es una patología dermatológica diagnosticada con frecuencia. En EE. UU. afecta aproximadamente a 13 millones de habitantes y en el Perú tiene una prevalencia del 2 %. Asimismo, su patogenia es aún desconocida, por lo que se ha planteado diferentes causas con diversos estudios con resultados controversiales y se han concentrado en temas limitados y sin seguimientos a factores de riesgo combinados dejando de lado nuevas variables.

En el presente estudio se investigaron varios posibles factores de riesgo para la Rosácea; encontrándose con el antecedente familiar de primer grado y el género femenino, lo que es similar a diversos estudios publicados. Según el estudio realizado entre gemelos idénticos y se encontró que la contribución genética es del 46 %; y la diferencia, influenciada por los factores ambientales. Otro factor de riesgo con asociación fue el fototipo de piel que en diversos estudios se asocian con mayor frecuencia a los fototipos I y II, que son los de mayor predisposición a los efectos nocivos de los rayos UV; sin embargo, en nuestro medio el fototipo predominante, fue el fototipo III, que mostró también asociación con la Rosácea.

Conclusiones

Con base en los resultados de este estudio, se concluye que los antihipertensivos bloqueadores de canales de calcio y el tabaquismo son factores asociados al desarrollo de la Rosácea, adicionales a los ya reconocidos como género y antecedente familiar. A diferencia de otros estudios, el fototipo IV mostró mayor asociación en nuestra población, difiriendo con la mayoría de estudios. Por lo tanto, consideramos importante investigar estos factores de riesgo con mejores métodos, para confirmar la asociación y considerar estrategias que mejoren el diagnóstico y el tratamiento.

2.2. Desarrollo de la temática

2.2.1. Rosácea.

La enfermedad de la Rosácea, es un malestar en el rostro que, hasta el día de hoy genera muchas consultas en farmacias a nivel mundial, debido a sus síntomas cutáneos y oculares. En la *Revista Trimestral Farmacéuticos Comunitarios* (2016), menciona que:

El término «Rosácea» procede del latín *rosace-us*, que significa «de color parecido al de la rosa», y designa a una enfermedad cutánea frecuente, benigna, que afecta principalmente a personas de edad media y piel clara. Su causa es inflamatoria, pero el mecanismo por el que se desencadena es complejo y no bien conocido, involucrando principalmente alteraciones en la inmunidad innata y en la barrera epidérmica.

Clínicamente, debe considerarse a la Rosácea como un síndrome pues puede combinar diversos tipos de alteraciones cutáneas, siendo las más características el eritema persistente con telangiectasias, las crisis vasomotoras y los brotes inflamatorios de pápulas y pústulas. Según el tipo de alteración cutánea que presenta se clasifica en subtipos y estadios.

Habitualmente, su diagnóstico es clínico y evoluciona de forma crónica con brotes y recidivas muy frecuentes. Su tratamiento incluye normas generales, comunes para todos los pacientes, y una terapia, tópica y/o sistémica, específica para cada estadio (párr.).

2.2.2. Rosácea en la RAE.

(No se encuentra como significado de enfermedad).

La palabra «Rosácea», se encuentra en la Real Academia Española (RAE), pero con significados que no tienen nada que ver con la enfermedad. (RAE 2019):

Del lat. *rosaceus*. **1.** adj. Dicho de un color: Que tira a rosa. **2.** adj. De color rosáceo. **3.** adj. Bot. Dicho de una planta: Del grupo de las angiospermas dicotiledóneas que se distinguen por sus hojas alternas, a menudo compuestas de un número impar de folíolos y con estípulas, flores hermafroditas con cáliz de cinco sépalos y corola regular, solitarias o en

corimbo, fruto en drupa, en pomo, en aquenio, en folículo y aun en caja, con semillas casi siempre desprovistas de albumen, y que puede ser hierba, arbusto o árbol, liso o espinoso; p. ej., el rosal, la fresa, el almendro o el peral. U. t. c. s. f., en pl. como taxón (párr.).

Como vemos, el texto de la RAE, nos muestra muchos significados de la palabra (Rosácea), más no existe como significado de «enfermedad cutánea de enrojecimiento en la piel de la cara». Algo que llama mucho la atención de los investigadores, porque, aquí vemos, que esta omisión podría formar parte de la desinformación sobre la enfermedad. Algo que es de suma importancia para todos aquellos que desearían conocer sobre el significado de la palabra Rosácea, y al buscarlo en una de los más importantes portales de la lengua y significados de diversas palabras, mostrar que no está como significado de enfermedad.

Para este interesante caso se conversó con el doctor Marco Martos Carrera, presidente de la Academia Peruana de la Lengua. Quien nos dijo que en estos casos se necesitaba que la palabra (en este caso ROSÁCEA), tenga una antigüedad de 6 años en el uso cotidiano de las personas. Que se buscara indicios y pruebas de la existencia de la palabra como significado de enfermedad. Algo que ya lo hemos hecho.

Queda en más estudio, sobre el uso de la palabra, para que logre ingresar en esa importante academia como es la Real Academia Española (RAE).

2.2.3. Diagnóstico y clasificación de la Rosácea.

Esta enfermedad y en estos momentos, tiene una clasificación y diagnóstico en observación constante por los especialistas. La clasificación fue dada por la *National Rosacea Society* (NRS) (2002) y observado en el año 2004.

A partir de estos estudios, podemos sacar la clasificación, de lo que los especialistas llaman «subtipos»: eritematotelangiectásica, papulopustulosa, fimatosa y ocular.

Varios y distintos especialistas consideran que no explica de manera adecuada esta clasificación, no constituye la severidad de la enfermedad de la Rosácea, las lesiones, e inflamaciones no definen bien al diagnóstico.

Para los especialistas, son muy limitados sus causas y eso puede incurrir en una incorrecta evaluación de los pacientes.

Es importante decir, si se cuenta con una escala de severidad de los síntomas desde ligero a moderado y de moderado a severo, según algunos especialistas, esto podrá resultar más oportuno y de mejor uso. Para los médicos, es constante ver en los pacientes con esta enfermedad, el constante avance del enrojecimiento en su cara, la progresión constante a sus heridas, hace más exacto sus síntomas que los subtipos que los especialistas muestran en la teoría.

De acuerdo a la *National Rosacea Society*, se dividió en 4 subtipos:

Subtipo I.

Rosácea eritematotelangiectásica

Subtipo II.

Rosácea papulopustulosa

Subtipo III.

Rosácea fimatosa

Subtipo IV.

Rosácea ocular

Subtipo I: Rosácea eritematotelangiectásica.

Dentro de los subtipos de Rosácea, este subtipo es la que más pacientes tiene. Se caracteriza por el Eritema, que por la definición en la página <https://www.eritema.org/> en su ítem «Definición, Diagnóstico, Causas y Tratamiento», explica del eritema, como una enfermedad que se caracteriza por el enrojecimiento o erupción de bacterias en la parte afectada, además menciona que:

Estos cambios en la piel se notan rápidamente, y se debe a procesos inflamatorios e inmunes que se crean por la acumulación de células. Se

asocia normalmente a enfermedades crónicas y también agudas, tales como traumatismos, infecciones, inflamación, alergias; y algunas veces por condiciones genéticas. Existen diferentes tipos de eritemas, los más comunes son: por fotosensibilidad, nodoso, poliformo y multiforme (párr.).

Enrojecimiento o erupción de bacterias en la cara. Hay que mencionar, que puede presentarse una hinchazón, que es por culpa de la acumulación de líquido en el interior de la epidermis del paciente. (Como se aprecia en la imagen N.º 3):

Imagen N.º 3



Fuente: Colegio Ibero-Latino-Americano de Dermatología, Medicina Cutánea, consultado: 30 de marzo de 2019.
www.medigraphic.org.mx

Subtipo II: Rosácea papulopustulosa.

Como su nombre mismo lo dice, son pápulas o pústulas que se encuentran en su mayoría, en el rostro del paciente con Rosácea, su intensidad es variable de acuerdo a cada persona. (Como se aprecia en la imagen N.º 4):

Imagen N.º 4



Fuente: Colegio Ibero-Latino-Americano de Dermatología, Medicina Cutánea, consultado: 30 de marzo de 2019.
www.medigraphic.org.mx

Subtipo III: Rosácea fimatosa.

Para referencia de este subtipo, se dice que lo tienen en más cantidad los varones que las mujeres. Primero se muestra como un aumento en crecimiento de la piel, es decir hay una inflamación importante. (Como se aprecia en la imagen N.º 5).

Imagen N.º 5



Fuente: Colegio Ibero-Latino-Americano de Dermatología, Medicina Cutánea, consultado: 30 de marzo de 2019.
www.medigraphic.org.mx

Subtipo IV: Rosácea ocular.

En este caso de Rosácea, las relaciones entre los varones con las mujeres van en proporciones iguales, es decir, los afecta por igual. Este tipo es constante en las personas con Rosácea, ya que la mitad de todos los que tienen esta enfermedad tienen este subtipo (Rosácea ocular), los pacientes no solo deben ir a un dermatólogo sino también a un oculista u oftalmólogo. (Como se aprecia en la imagen N.º 6):

Imagen N.º 6



Fuente: Colegio Ibero-Latino-Americano de Dermatología, Medicina Cutánea, consultado: 30 de marzo de 2019.
www.medigraphic.org.mx

Como vemos, y varios estudiosos en el tema lo confirman, el **eritematotelangiectásico** y **papulopustuloso**, son los subtipos más constantes en pacientes con Rosácea, pero existe pocos enfermos que pasan de un subtipo hacia otro.

2.2.4. Rosácea Infantil.

Cuando esta enfermedad les da a menores de edad, los especialistas lo ven como casos especiales. Es muy poco frecuente que esto ocurra. (Rodríguez, Myrna y Martínez, José, 2011):

La Rosácea es una enfermedad crónica de origen multifactorial que involucra varios aspectos, como son alteraciones de tipo vascular e inmunológico y que además se ve exacerbada por factores locales. Ocasionalmente puede presentarse a edades tempranas y de ahí la importancia de comunicar este caso, hay pacientes, a pesar de ser joven, presentaba todas las lesiones elementales de la Rosácea descritas en la literatura. Además, respondió adecuadamente al tratamiento prescrito, demostrando así un caso de medicina basada en evidencia.

Tiene todas las características de una Rosácea adulta, no es muy frecuente y muchas veces no muy bien diagnosticadas. (Como se aprecia en la imagen N.º 7):

Imagen N.º 7



Fuente: Colegio Ibero – Latino - Americano de Dermatología, Medicina Cutánea. Revisado el 4 de marzo de 2019.
www.medigraphic.org.mx

2.2.5. Tratamiento para la Rosácea.

Se recomienda a las personas que tenga la enfermedad de la Rosácea, que traten de evitar en lo posible los ambientes húmedos y calurosos, de igual manera los ambientes fríos y ventosos. Sobre todo, para evitar que la enfermedad se incremente o se complique aún más. La persona con esta enfermedad no debe por ningún motivo exponerse al sol, eso sería grave para su bienestar facial.

Otra de las cosas que los pacientes deberán hacer, es lavarse muy bien la epidermis (piel) suavemente, constantemente y, no restregar toscamente el rostro, y se tratará de evitar en lo posible, medicamentos o maquillajes con astringentes o exfoliantes (productos dermatológicos para el rostro), al igual los que tienen alcohol en sus principales componentes. Es muy recomendable que las personas con Rosácea, utilicen constantemente protector solar, eso contrarrestará los rayos del sol como de las computadoras.

Para el tratamiento hay que tener en cuenta la clasificación clínica de la Rosácea:

*Las personas que padecen de Rosácea, y según sus particularidades serán la principal base para comenzar un tratamiento de acuerdo a su tipo de piel y grado de enfermedad.

*Cuando un paciente tiene síntomas de Rosácea en los ojos (llamado también oculares), deberá acudir de inmediato a un especialista, en este caso a un oftalmólogo; y él podrá valorar la situación particular de este paciente.

*Siempre hay que tener presente el grado de severidad de la Rosácea, para tener un adecuado pronóstico.

En el tratamiento de la Rosácea, los doctores usualmente otorgan antibióticos tópicos, como el *metronidazol*. También otros medicamentos como inmunomoduladores tópicos, tipo el tacrolimus, está descrito que pueden tener efecto favorable sobre la Rosácea de subtipo 1 eritematotelangiectásica.

Hay que manifestar que, de acuerdo a los especialistas, un tratamiento y su tiempo de mejoría va a depender de cada enfermo, de cada subtipo de Rosácea, y estará dirigido solo a controlar los síntomas y evitar recaídas fuertes, ya que como sabemos, la Rosácea es incurable.

Lo que no se debe hacer.

No se debe exponer el rostro a sol, ni se podrá ir al sauna. Los picantes en la comida deben evitarse, tomar alcohol también debe estar fuera de la rutina, no fumar, no se puede consumir café, chocolate, no puedes cogerte el rostro con las manos sucias, y no secarte con cualquier toalla.

Lo que se debe hacer.

Constantemente el paciente debe aplicarse bloqueadores solares, este uso debe ser constante, no solo para la calle sino también para los trabajos internos como el uso de las computadoras. Se debe usar sombreros y lentes de sol para la protección UV. Además, no se debe comer grasas de ningún tipo y en exceso, se debe hacer ejercicios diariamente, y meditación constante para bajar los altos índices de estrés.

2.2.6. Rosácea: Calidad de vida.

Todo médico dermatólogo, para revisar a una persona con Rosácea, debe también identificar la cuestión emocional y todo el impacto de la enfermedad en su vida laboral, estudiantil y social.

Troielli, Patricia (2016), afirma:

Actualmente, se considera que el índice de salud relacionado con calidad de vida en la Rosácea (del inglés HRQoL: *Health Related Quality of Life*) es uno de los parámetros más importantes a tener en cuenta, y hace referencia al bienestar físico y/o mental de cada individuo. La Rosácea se puede definir como una enfermedad social que estigmatiza, con episodios de enrojecimiento y apariencias fimatosas en ciertos casos, lo que la población relaciona muchas veces con la ingesta y abuso de alcohol. La medición del índice HRQoL en sujetos con Rosácea, con el uso de los cuestionarios validados internacionalmente confirman el impacto negativo que esta enfermedad puede tener en la calidad de vida (párr.).

Esta investigación observa y se percata, las evidencias de los efectos, parecen estar relacionados con la gravedad de la enfermedad en rostros y edad de las personas que la

padecen. Para los menores de edad que sufren esta enfermedad, el golpe es mucho mayor. Ellos toman la perspectiva de la vida de otra manera, y su redescubrimiento a la sociedad los hace más sensibles al rechazo social.

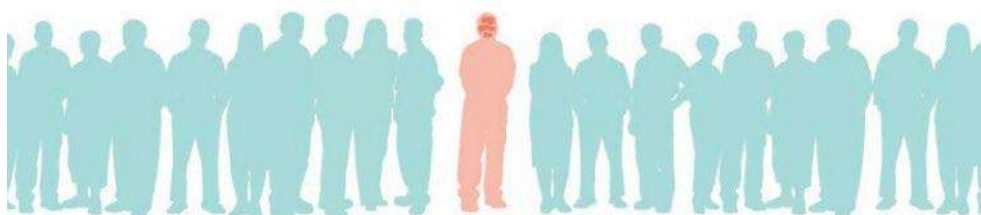
Troielli, Patricia (2016), acota:

En un estudio sobre 1,134 personas con Rosácea, el impacto en el ambiente laboral es alto: el 19 % no obtuvo un trabajo por su apariencia facial, el 19 % fue pasado por alto por su apariencia para el ascenso laboral y el 45 % escuchó comentarios groseros o inapropiados por el aspecto de su cara en correlación con la gravedad de la enfermedad. El 69 % notó cómo sus compañeros de trabajo observaban su cara durante los brotes, el 51 % perdió el trabajo por la Rosácea —lo que marca una indirecta afectación de la productividad laboral— y el 60 % evidenció interrelaciones negativas en el trabajo (párr.).

Cabe mencionar que, en recientes estudios sobre unos 794 pacientes con Rosácea, el 92 % dijo tener síntomas severos, que la Rosácea no lo deja laborar con tranquilidad. También se observa que más del 82 %, dijo que notaba como lo miraban de manera diferente cada vez que le venía un rebrote o un enrojecimiento en su máxima proporción. Y para finalizar, un 54 % escuchó sobre él de manera inapropiados.

Hay que mencionar que otro estudio, hecho a 40 personas con la enfermedad y comparándolas con personas totalmente sanas, dejó un resultado que, los enfermos eran muy insatisfechos con su vida diaria, tenían muchos problemas, ansiedad, depresión y sentían que recibían poco apoyo social. Hay que especificar que la depresión en sus vidas diarias está directamente relacionada por la desfiguración de su cara, algo que los atormenta diariamente. (como se aprecia en la imagen N.º 8, muchas veces las personas con este mal, se siente diferentes).

Imagen N.º 8



Fuente: Face Values <https://www.kasocio.com/wp-content/uploads/2014/10/71400551-face-values-original.pdf>

2.2.7. Faltas de Políticas de Estado.

Una persona que tiene la enfermedad de la Rosácea, siempre maneja su malestar en privado y de manera solitaria, generalmente piensan que esta enfermedad es una incomodidad de índole estético y tienen el prejuicio de asociarlo a un pequeño sector y poco importante de la sociedad, y que, además, generaría gastos al Estado de manera innecesaria.

Cabe mencionar que, en nuestra sociedad, se maltrata constantemente a las personas que sufren de Rosácea. Como tituló una de los medios de prensa más importante del país, Radio Programas del Perú (RPP): «La rosácea no solo afecta a la piel, sino también a la autoestima» (RPP 2012):

Esta enfermedad a la piel, que se caracteriza por presentar enrojecimiento en la cara, granitos y abultamientos en la piel, no solo afecta físicamente a la persona que la padece, sino también psicológicamente, pues el 70 por ciento sufre de baja autoestima y vergüenza (párr.).

Por estos factores, la enfermedad no solo debería interesarle al Estado como un asunto importante, sino por las secuelas psicológicas que vienen al momento de la enfermedad. Muchas veces lo psicológico, es mucho más importante que la propia enfermedad en sí; y momentos como la actualidad que vive la enfermedad de la Rosácea. El Estado debería hacer campañas que den apoyo a nuestra comunidad que desarrolla esta enfermedad; lamentablemente, y hay que decirlo, pese a la gravedad del asunto, pese al sufrimiento de la autoestima de cada enfermo, esto no causa el interés que corresponde por parte de nuestro gobierno, la falta de campañas informativas, es el génesis de la mala información que se sigue experimentando a nivel nacional. Un tema preocupante, en estos momentos en que la enfermedad va en aumento día a día.

2.2.8. Aspecto legal.

2.2.8.1. Reglamento de la Ley N.º 29698, Ley que declara de Interés Nacional y Preferente Atención el Tratamiento de personas que padecen Enfermedades Raras o Huérfanas.

Las enfermedades raras o huérfanas, según la página web del Ministerio de Salud, son enfermedades que presentan muchas dificultades para ser diagnosticadas. También, dice la página, tienen un origen desconocido en la mayoría de los casos y conllevan a múltiples problemas sociales; en este caso, la Rosácea es una enfermedad que podría aplicar a este grupo, por los problemas psicológicos de la cual ya hemos hablado.

Sin embargo, dentro de esta importante ley (N.º 29698), que permite «garantizar el derecho al acceso a los servicios de salud; así como la gestión de promoción, prevención, diagnóstico, tratamiento integral y rehabilitación, en un marco de seguridad del paciente, gestión de la calidad y gestión de humanización de la atención», no se encuentra la enfermedad de la Rosácea, no la consideran, no la toman en cuenta, a pesar de ser un mal que aqueja a muchísimos peruanos, y que muchas veces no tienen el alcance económico para llevar un tratamiento.

Es interesante precisar que fue en el año 2015, en el cuál se elaboró junto con la sociedad civil, y en el marco de la inclusión social y derecho universal a la salud, este importante Reglamento de ley, como parte del «Plan Nacional de las Enfermedades Raras o Huérfanas 2016–2021».

2.3. Definición conceptual

- **Campaña Social:** Una campaña social es un plan de comunicación, que, por sus maniobras, pueden intervenir en la conducta de toda la gente que visualiza y forma parte de esa campaña. Con esto se logra concientizar y sensibilizar sobre cualquier problema que exista en la sociedad.
- **Dismorfia:** La dismorfia corporal o también llamado *Trastorno Dismórfico Corporal* (TDC), es un complejo desorden, hay una dura preocupación por un defecto imaginario (o real) de una apariencia física en la persona. Todos los que tienen este

trastorno, viven con inconvenientes socialmente hablando, en el trabajo diario u otras áreas de la vida cotidiana, como en el colegio, la universidad, etcétera.

- **Demodex:** Su nombre científico es *Demodex folliculorum*, un ácaro descubierto por Henley Berguer en 1841. Este *demodex* es de la familia *Demodicidae*, pero también se le llama «ácaro del folículo». Su fisiología es vermiforme (Del lat. vermis 'gusano' y -forme 1. adj. De forma de gusano), cuatro pares de patas y un abdomen estriado. Su habita es la piel de la cabeza, el rostro, pestañas y párpados, pero también están en el pecho, axilas y pubis.
- **Rosácea:** Procedente del latín «rosácea» que significa «de color parecido al de la rosa».
- **Marketing:** El *marketing* es una disciplina, que estudia la forma de comportarse de los mercados y también de los consumidores; para ello tienen muchas técnicas importantes y de esta manera jalar toda la mayor cantidad de clientes que sea posible.
- **Lábiles:** Que no tiene estabilidad, que es poco firme.
- **Marketing Social:** Trata de aplicar la disciplina del *marketing* y con ellos generar, cambios en el actuar de la comunidad. Las campañas sociales pueden tener duraciones cortas o duraciones largas.

Capítulo III

Plan de *Marketing* y estudio de mercado

3.1. Plan de *Marketing* social

3.1.1. Resumen ejecutivo.

En el siguiente capítulo, se expone un plan de *marketing*, para la realización de una campaña social, de una enfermedad dermatológica tan complicada y poco divulgada como la Rosácea; con ello, buscamos sensibilizar sobre esta enfermedad a todos los jóvenes que están en distintas universidades en Lima Metropolitana en el año 2019. La campaña, tiene como fin generar contenidos de valor que hablen sobre la enfermedad, e interés social que impulse la investigación en el sector público, otorgando datos estadísticos que ayuden a los afectados y a los médicos en un mejor diagnóstico.

Cabe resaltar que, en el Perú, la Rosácea va en aumento. El Dr. José Aparcana, dijo en televisión, que, en Perú, 2 de cada 100 personas podrían tener Rosácea; por lo tanto, llegaríamos a la conclusión que en el Perú más de 600 mil personas sufren de esta enfermedad. El ministerio de Salud, quienes se encargan de proteger la salud de la persona, y debería promover la salud, previniendo enfermedades, no ha realizado una campaña sobre la Rosácea, ni de información, ni de descarte. Algo que se debe tomar en cuenta.

Las personas a las cuales se desea llegar con la campaña de la Rosácea, son jóvenes universitarios desde la edad de 18 años (edad que el Gobierno declara como adultez) a 25 años, y sobre Lima Metropolitana (ciudad dentro de la capital peruana), en el año actual, 2019.

3.2. Análisis de entorno

3.2.1. Macroentorno.

Sociocultural.

La sociedad peruana tiene un alto desconocimiento sobre la Rosácea debido a la escasez de información e investigación sobre el tema, es por ello que al oírlo crean estigmas y estereotipos en torno a ella, en su mayoría ni siquiera saben qué es o cómo se trata; sin embargo, en nuestra investigación cuantitativa analizamos que muchos creen que esta enfermedad es contagiosa y puede ser transmitida de una a otra.

Dentro de los cánones de la belleza una persona con Rosácea no encaja como tal, viéndose o sintiéndose como una persona fea socialmente. Es importante recalcar que esta enfermedad no distingue estrato ni estatus social.

Muchas de estas situaciones antes mencionadas pueden generar aislamiento, baja autoestima, entre otros trastornos a las personas que sufren de esta enfermedad.

Demográfico.

En nuestro país (Perú), existe un total de 32'162,184 personas, donde según datos del dermatólogo José Aparcana, quien dio la información en entrevista con el Dr. Tomás Borda, conocido como «Dr. TV», que, en el Perú, 2 de cada 100 personas podrían tener Rosácea, por lo tanto, se concluye que más de 600 mil personas sufren de Rosácea en nuestro país.

Como sabemos, demográficamente en el Perú se está experimentando significativos cambios y Lima Metropolitana es parte de este cambio significativo debido a ser la capital. Décadas anteriores se indicaba que la enfermedad no era muy significativa; sin embargo, ahora la enfermedad ha incrementado durante los últimos años llegando a afectar a niños y jóvenes.

Ambiental.

Durante los últimos años los niveles de radiación ultravioleta UV-B se han venido incrementando en todo el país, generando una alarma en todas las regiones según informa Senamhi. En lo que va del 2019 la radiación UV-B en la costa oscila entre 6 y 10, considerados como niveles alto y muy alto, de la misma forma en la región andina sus

niveles de radiación UV-B se encuentran entre 12 y 18, considerado como extremadamente alto. En la región de la selva, sus valores oscilan entre 7 y 11, considerado entre Alto y Extremadamente Alto. Una persona con Rosácea se ve afectada de manera directa a estos cambios de temperatura, debido a que tiene que implementar el bloqueador solar dentro de su estilo de vida de manera permanente y de no ser usado puede incrementar la rojez, masificar su grado y dañar más la piel. Dentro del mercado dermatológico un bloqueador solar oscila dentro de los 80 a 200 soles, según las características que el paciente solicita.

En el último Informe Mundial sobre la Calidad del aire (IQAir 2018) mostró una alarmante situación; Perú se encuentra dentro del *ranking* como el primer país de la región con la peor calidad de aire (28 PM2.5 ($\mu\text{g}/\text{m}^3$)).

Tecnológica.

Dentro del rubro tecnológico la Rosácea durante los últimos años presenta grandes avances, uno de los más importantes son los tratamientos láser. El láser KTP y la Luz Intensa Pulsada (IPL) que son los más empleados en las clínicas y con mejores resultados.

Las lesiones vasculares superficiales con el láser de KTP es recomendado en 2 sesiones espaciadas en 6 semanas, es indoloro para el paciente, altamente selectivo y con una incidencia de eventos colaterales muy reducida.

Luz Intensa Pulsada (IPL) realiza ondas dirigidas de manera directa a los vasos sanguíneos de nuestra cara. El haz de luz del láser IPL pasa sin producir daños en la piel directamente a la hemoglobina eliminando los vasos del rostro con rosácea. Posteriormente, estos pequeños derrames (minúsculos) se desintegran en el organismo. Su precio oscila entre los 1200 soles a 600 dólares.

Estos tratamientos solo pueden ser generados por aquellos pacientes con el nivel económico suficiente debido a que la cantidad de sesiones incrementa los costos.

Una persona puede notar que tiene Rosácea cuando se le pone roja la piel del rostro, siente comezón en sus mejillas, granitos diminutivos, calor en la cara, entre otros.

3.2.2. Microentorno.

Competencia.

Según la investigación realizada, presentamos dos tipos de competencia.

Directa.

Minsa

Ministerio de Salud, dedicado a promover la salud, prevenir enfermedades y garantizar la atención de manera integral en todos los habitantes del país.

Clínica Uniderma

Clínica especializada en dermatología con implementos tecnológicos que ofrecen recuperación rápida y eficaz, con un staff de dermatólogos especialistas en: estética láser, cirugía dermatológica, podología, cosmiatría y tratamientos láser.

Clínica *Ángelus Dei*

Grupo de Salud especialistas en medicina estética y dermatológica. Otorgan soluciones mediante tratamientos quirúrgicos y no quirúrgicos.

Círculo Dermatológico del Perú (CIDERM-Perú)

El Círculo Dermatológico del Perú (CIDERM-Perú) a la par con el Ministerio de Salud, EsSalud, Fuerzas Armadas y Policiales, y su importante campaña contra el cáncer de piel.

Este evento que es el XXV «Campaña Nacional de Educación, Prevención y Detección Temprana del Cáncer de Piel y Melanoma», lo llamaron *El día del lunar*.

Indirecta.

Clínica Internacional

Las sedes de la clínica están en Lima y San Borja; están acreditadas por *Joint Commission International*, máxima distinción internacional otorgada a una entidad de salud. Podrían hacer una campaña de este tipo.

3.3. Estudios de mercado

3.3.1. Instrumentos utilizados.

Investigación Cuantitativa (Encuestas).

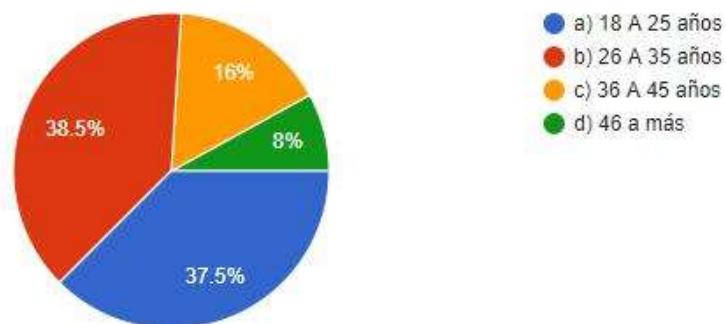
Los investigadores utilizaron un tipo de encuesta, para conocer en el público sus conocimientos sobre distintos temas de la enfermedad, así como de la empresa Bioderma con quien se hace una estrategia de campaña. También, se desea definir, un nombre de campaña social para que la información sobre esta enfermedad fluya adecuadamente en los medios de comunicación que usaremos, deseamos conocer y recabar cuestiones psicológicas con respecto a los que sufren de esta enfermedad.

Encuestas.

Cuadro N.º 1

Ficha técnica (encuesta)	
Número de encuestas	200
Género	Masculino y femenino
Edad	18 a más años
Tipo de investigación	Cuantitativa
Tipo de preguntas	Cerradas y abiertas
Tiempo	Del 25 de abril al 2 de mayo de 2019
Tema	Enfermedad de la Rosácea

Fuente: Elaboración propia

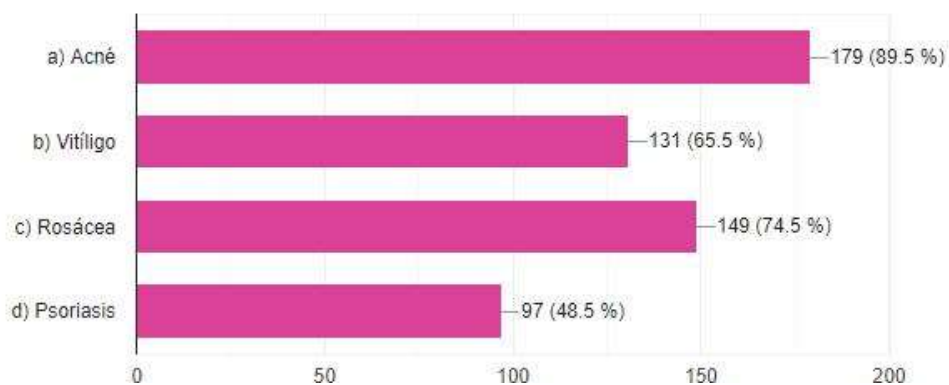
Gráfico N.º 1Rango de edad de los encuestados

Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en el gráfico N.º 2, en la encuesta realizado a 200 personas, se puede visualizar que un 38.5 % son de 26 a 35 años y un 37.5 % es de 18 a 25 años. Mientras que un 24 % pertenecen a un rango de 36 a más años. Esto nos muestra que una gran cantidad de nuestro público objetivo está dentro de esta encuesta.

Gráfico N.º 2**1.- Enfermedades conocidas de la piel**

200 respuestas

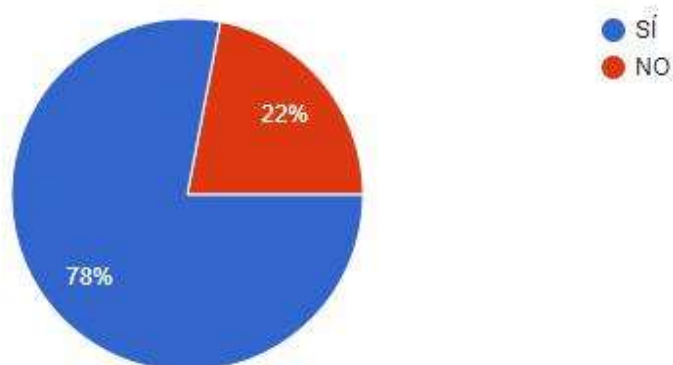


Fuente: Elaboración propia

Un 89.5 % reconoce al acné como principal enfermedad de la piel, mientras que en segundo lugar vemos a la Rosácea con 74.5 %. Luego sigue el vitiligo, como una enfermedad conocida de la piel con un 65.5 % y finalmente conocen a la psoriasis con un 48.5 %.

Gráfico N.º 3**2.- Sobre si tiene problemas en su rostro**

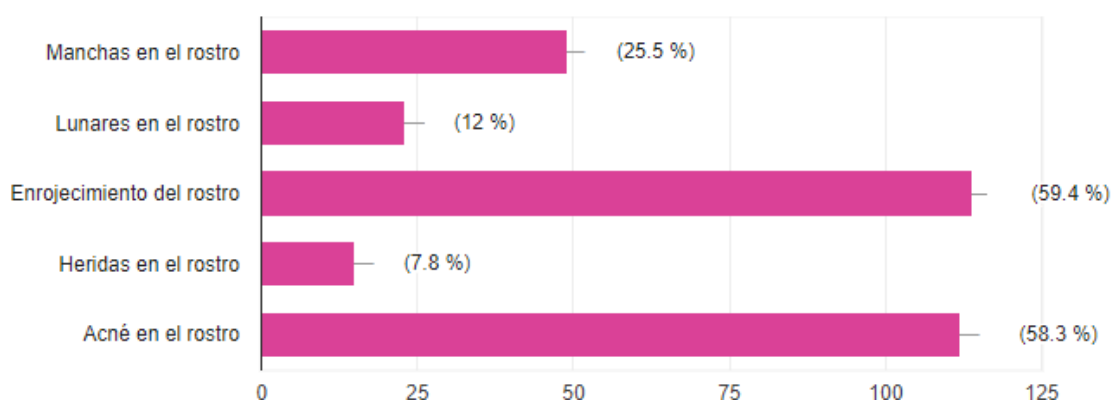
200 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Un 78 % afirma haber tenido un problema en la piel de su rostro, mientras que un 22 %, indica no haber presentado ningún problema de este tipo. Esto nos demuestra que, en algún momento, nuestros encuestados han presentado alguna enfermedad dermatológica en su rostro.

Gráfico N.º 4

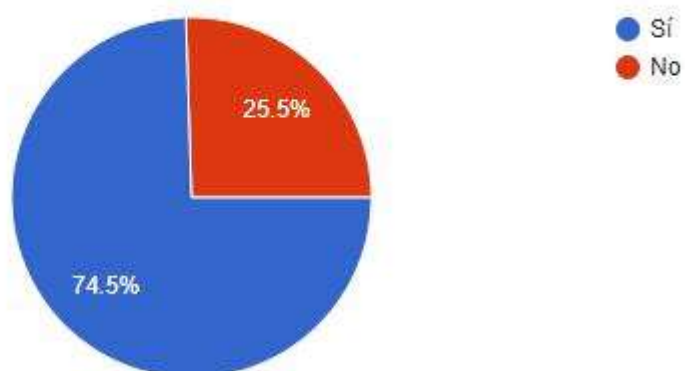
Tipos de problemas dermatológicos en el rostro

Fuente: Elaboración propia

De nuestros encuestados, podemos ver que aquellas personas que marcaron sí han presentado enrojecimiento en su rostro como uno de los principales problemas, posteriormente se encuentra el acné, las manchas en el rostro, lunares y, por último, heridas en la cara.

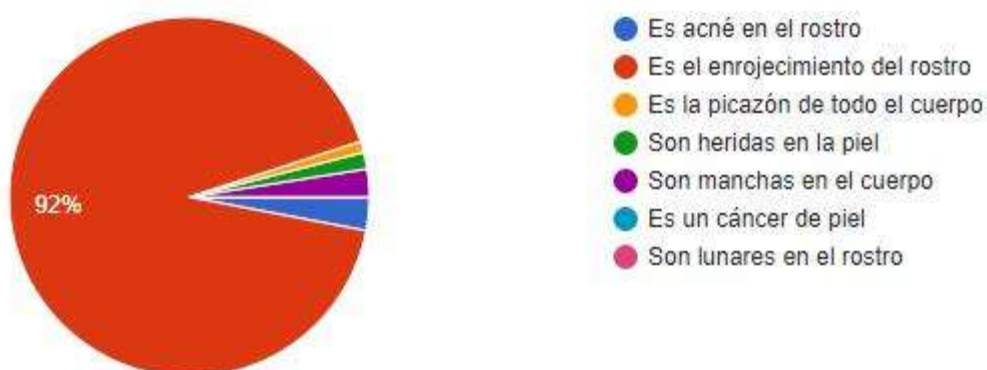
Gráfico N.º 5**3.- Sobre si conocen sobre la Rosácea**

200 respuestas

**Fuente:** Elaboración propia

Un 74.5 % tiene conocimiento sobre la enfermedad de la Rosácea, mientras que un 25.5 % indica nunca haber oído de ella. Cada cuatro personas de nuestra encuesta, una desconoce la enfermedad.

Gráfico N.º 6

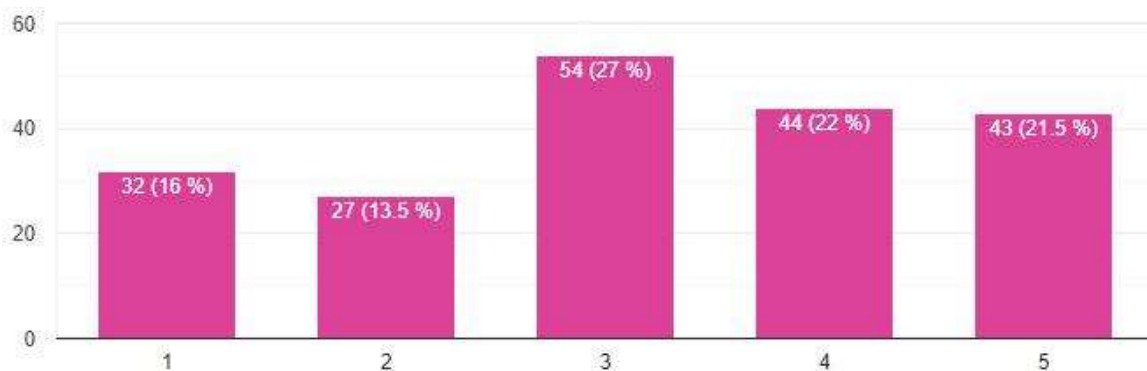
Definición de la Rosácea

Fuente: Elaboración propia

Aquellos encuestados que respondieron conocer sobre la enfermedad de la Rosácea, un 92 % dijeron que «la Rosácea es el enrojecimiento del rostro», mientras que otros pocos definían a la enfermedad como: acné en el rostro, manchas en el cuerpo, heridas en la piel y picazón de todo el cuerpo. Cabe rescatar, que ninguno definió a la Rosácea como un cáncer de la piel o lunares en el rostro.

Gráfico N.º 7

Conocimiento sobre la Rosácea: (1 conocimiento mínimo, 5 conocimiento alto).



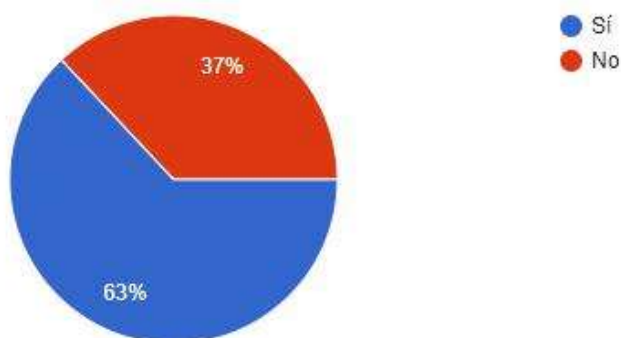
Fuente: Elaboración propia

Según nuestro gráfico podemos ver, que un 27 % de nuestros encuestados indican conocer la enfermedad, pero no cuentan con mucha información, mientras que un 22 % se encuentra medianamente informado sobre la misma y un 21.5 % sí sabe lo que significa la enfermedad.

Gráfico N.º 8

4.- Conocimiento de si saben que la Rosácea enrojece el rostro y daña la visión

200 respuestas



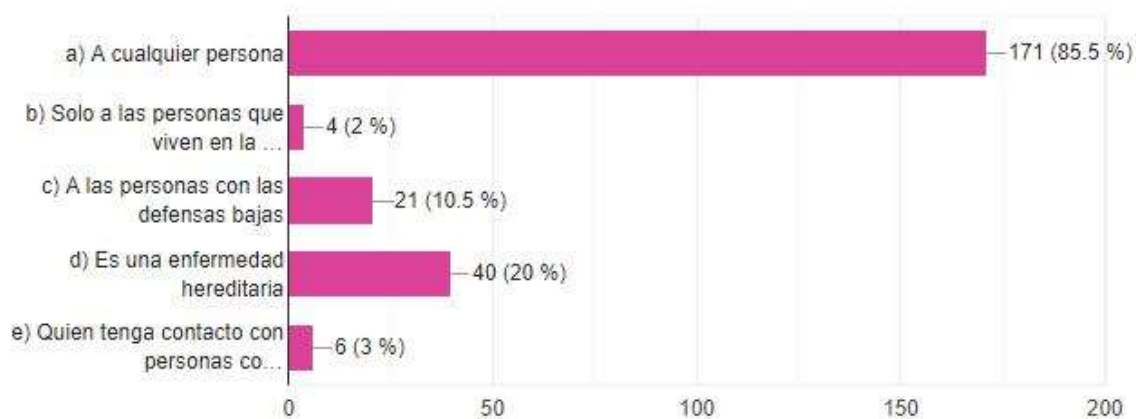
Fuente: Elaboración propia

Un 63 % indica conocer que esta enfermedad no solo daña el rostro, sino que daña la visión. El conocimiento aquí de uno de los problemas más graves de la enfermedad no es tan desconocida como creíamos.

Gráfico N.º 9

5.- Personas a quienes le pueden dar Rosácea (lo que piensan)

200 respuestas



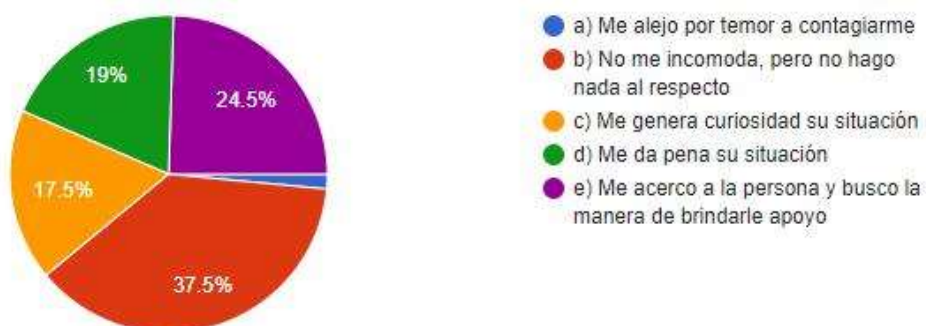
Fuente: Elaboración propia

Un 85.5 % indican que la Rosácea puede atacar a cualquier persona, mientras que un 20 % dicen que es una enfermedad hereditaria. Asimismo, un 10.5 % creen que esta enfermedad ataca a las personas con las defensas bajas; mientras que un 3 % indica que se pueden contagiar teniendo contacto con otras personas que tiene la enfermedad, aunque es mínimo este porcentaje podemos visualizar la gravedad de la respuesta, porque como consecuencia puede traer discriminación a las personas que lo padecen, y un 2 % dice que esta enfermedad solo puede tenerlo aquellos que viven en la sierra.

Gráfico N.º 10

6.- Lo que harían, si ven a una personas con Rosácea

200 respuestas



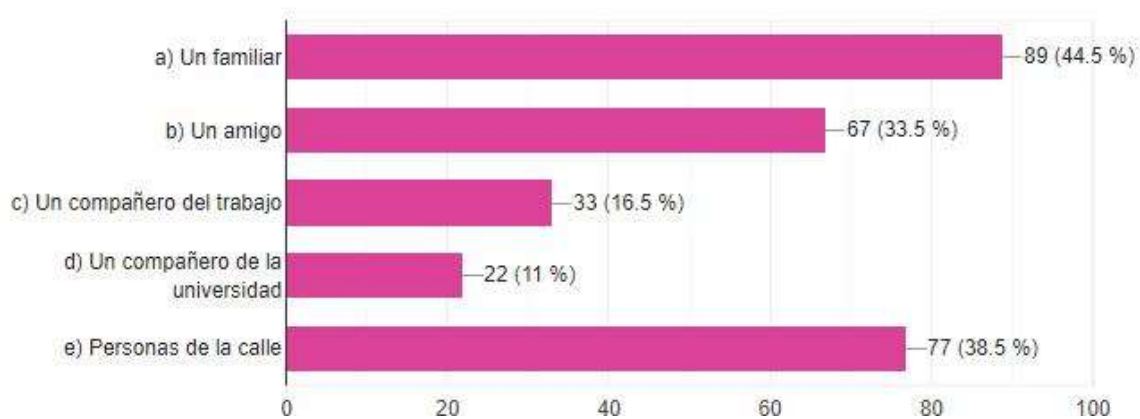
Fuente: Elaboración propia

Un 37.5 % indica no sentirse incómodos y tampoco hacer algo al respecto mostrando la indiferencia hacia las personas que padecen la enfermedad de la Rosácea. Mientras que un 24.5 %, dicen que se acercarían a la persona y le brindarían apoyo. Un 19 % indica que genera pena la situación que atraviesa los enfermos de la Rosácea. Un 17.3 % indican tener curiosidad sobre las personas que tiene Rosácea y un 1.5 % dicen que se alejarían por temor a ser contagiados, una vez más demostrando la marginación a la que se exponen las personas con esta enfermedad.

Gráfico N.º 11

7.- Personas cercanas con Rosácea

200 respuestas



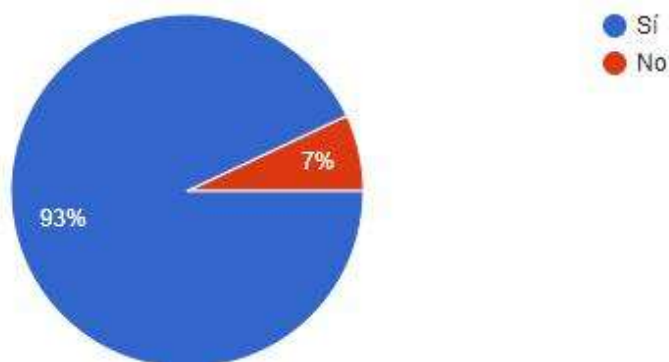
Fuente: Elaboración propia

Según nuestro encuestados, indican que un 44.5 % tiene un familiar con esta enfermedad; por otro lado, el 38.5 % dicen haber visto personas con Rosácea en la calle; además, un 33.5 % comenta que un amigo que sufre de esta enfermedad. Asimismo, un 33 % ven a un compañero de trabajo padeciendo de Rosácea y un 11 % un compañero de la universidad sufre de lo mismo.

Gráfico N.º 12

8.- La importancia de una campaña social sobre la Rosácea

200 respuestas



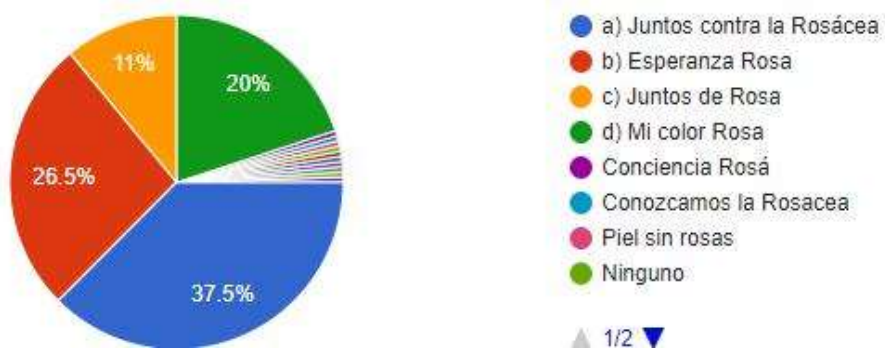
Fuente: Elaboración propia

Un 93 % de los encuestados indica que es importante que se desarrolle una campaña social de Rosácea en el país, es decir, que de cada 10 encuestados, 9 manifiestan que es una problemática importante a tratar. Una muestra muy interesante.

Gráfico N.º 13

9.- Nombre de campaña

200 respuestas



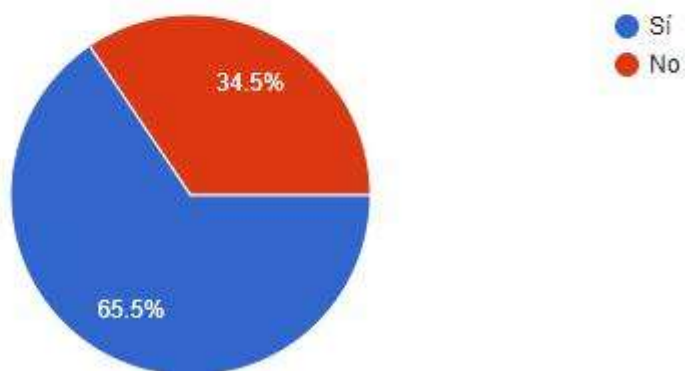
Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados un 37.5 % indican que el nombre idóneo para nuestra campaña sería «Juntos contra la Rosácea». Un nombre interesante y que se relaciona con la unión que estamos buscando mostrar.

Gráfico N.º 14

10.- Conocimiento sobre Bioderma

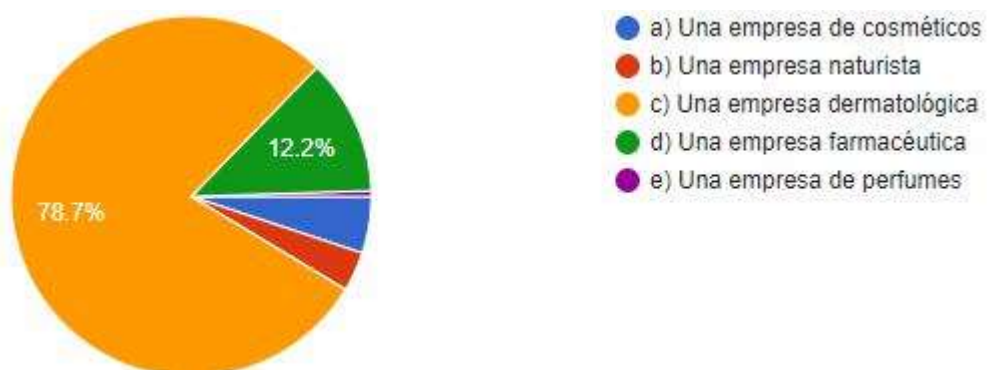
200 respuestas



Fuente: Elaboración propia

El 65.5 % indica que conoce la empresa farmacéutica Bioderma contra un 34.5 % indica que no conoce la empresa. En este gráfico podemos ver que la empresa se encuentra identificada con aquellos que sufren un problema dermatológico y con quien no ha sufrido ninguna enfermedad.

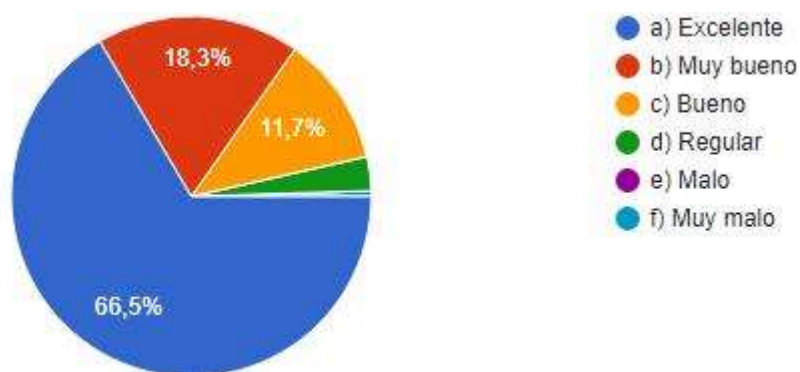
Gráfico N.º 15

Sobre, qué es Bioderma

Fuente: Elaboración propia

De aquellos que marcaron sí, un 78.7 % indica que Bioderma es una empresa farmacéutica, siendo lo correcto. El 12.2 % indica que es una empresa farmacéutica, el 5.1 % indica que es una empresa de cosmético, el 3.6 % informa que es una empresa naturista y, por último, el 0.5 % indica que es una empresa de perfume, siendo definiciones erróneas.

Gráfico N.º 16

Bioderma y la campaña social de lucha contra la Rosácea

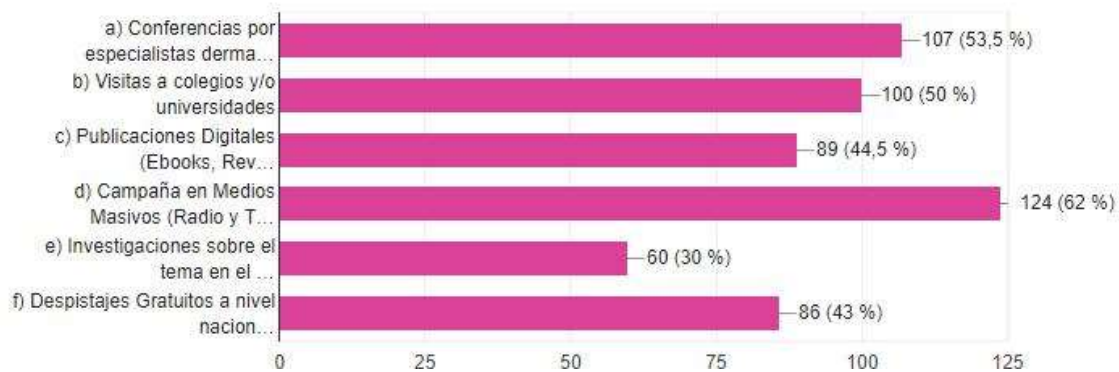
Fuente: Elaboración propia

De aquellos que marcaron conocer Bioderma, un 66.5 % indica que sería excelente realizar una campaña con ellos, como nuestro aliado. Un 18.3 % indica que es muy bueno, el 11.7 % le parece bueno. El 3 % indica que es regular y el 0.5 % indica que sería muy malo. Este cuadro nos muestra que los encuestados ven a la empresa como un respaldo de la campaña.

Gráfico N.º 17

11.- Difusión sobre la Rosácea en Lima

200 respuestas



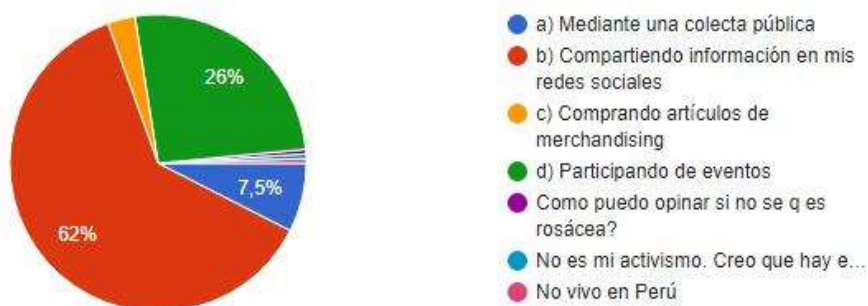
Fuente: Elaboración propia

El 62 % de nuestros encuestados indican que los medios masivos sería la herramienta más importante para lograr difundir de manera adecuada nuestra campaña. Nuestro 53.3 % de los encuestados indican que las conferencias con especialistas dermatológicos sería una herramienta importante para que logremos difundir en mayor cantidad, asimismo, un 50 % de encuestados indica que los colegios y/o universidades es importante para poder prevenir en jóvenes que en futuro pueden padecer.

Gráfico N.º 18

12.- Formas de sumarse a la Campaña sobre la Rosácea

200 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Dentro de esta pregunta, el 62 % de nuestros encuestados indicaron que se sumarían a la campaña de la lucha contra la Rosácea en el Perú, compartiendo información en sus redes sociales, que es la ventana más importante de los medios de comunicación en estas épocas. Un 26 % apoyarían participando en eventos que se organicen para fin de informar y hacer conocer sobre esta enfermedad.

Gráfico N.º 19

13.- Opciones de influencer para la Campaña

200 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Para el 43.5 % de nuestros encuestados, indicaron que el Dr. Tomás Borda, conocido conductor de televisión y del programa «Doctor TV», sería el *influencer* conveniente para nuestra campaña sobre la Rosácea, ya que él es un ícono en la televisión peruana sobre temas de salud. Luego vieron a maquilladora profesional Cinthya Valera como otra *influencer* importante, ya que la relacionan con la belleza y la estética. Los medios masivos sería la herramienta más importante para lograr difundir de manera adecuada nuestra campaña.

Investigación Cualitativa (entrevistas en profundidad).

Los investigadores utilizaron este tipo de investigación, porque se desea recoger la información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados. Los investigadores deseamos estudiar la realidad en su contexto natural, hacer una entrevista frente a frente al especialista o también frente a una persona con esta enfermedad.

Entrevistas en profundidad.

Cuadro N.º 2

Investigación Cualitativa	
Herramienta usada	Entrevista en profundidad
Cantidad de entrevistas	5
1. (2) Especialistas en dermatología 2. (1) Especialista en psicología 3. (1) Especialista en psiquiatría 4. (1) Paciente	Dr. Giuliana Nieto Médica dermatóloga
	Dr. Carlos Fernando Rodríguez Flores Médico Dermatólogo (Servicio de Dermatología, Hospital Cayetano Heredia - Universidad Peruana Cayetano Heredia)
	Dra. Mayra Mostajo Machado Psicóloga (CPP 27036)
	Dr. Luis Arturo Vilches Salcedo Médico Psiquiatra (R.N.E. 12858 CMP 28865)
	Fidel Sebastián Calle Quintana Paciente con Rosácea

Fuente: Elaboración propia

Entrevistas stakeholders.

Informe por cada entrevistado (resumen)

Dr. Giuliana Nieto (35)

(Médica dermatóloga)

Rosácea.

«La Rosácea es una enfermedad crónica, con causas aún no conocidas; sin embargo, hay factores de riesgo, dentro de ellos puede haber algún tipo de relación de herencia, quizá, abuelos, papás etc., tiene que ver también con el estrés, o emociones fuertes o situaciones de estrés extremas. Se ha visto un incremento de la enfermedad en el país por el tipo de alimentación, ya que, al consumir mucho ají, el licor, el cigarrillo, entre otros».

Donde se genera.

«La enfermedad se genera sobre todo en el rostro, en el área centro facial: llámese mejillas, entrecejos, dorso de nariz y barbilla».

Cómo controlar la enfermedad.

«Hay que tener estilo de vida saludable, una alimentación adecuada, y realizar constantemente ejercicios».

Su relación con el cáncer.

«La rosácea no está relacionada con el cáncer».

El ácaro de la Rosácea.

«En esta enfermedad, está involucrado un ácaro que es el demodex que es un parásito que produce plurito (picazón en el rostro) y le gusta posarse en el borde inferior de las pestañas, produciendo una inflamación en los párpados conocido como blefaritis o inclusive en la misma conjuntiva».

Cuidados.

«Dentro de los cuidados que deben seguirse, es evitar todo lo que pueda dar calor al rostro, lavarse con agua fría o temperatura ambiente, no ingerir ají, licor, ni fumar, son los cuidados principales que se le indica al paciente, deben usar protector solar siempre sea verano o invierno; recuerden que la piel con rosácea tiene mayor foto sensibilidad, es decir la piel es más sensible a la exposición al sol».

Diagnóstico.

«El diagnóstico de la Rosácea es básicamente clínico, lo que sí se puede hacer para diagnosticar la presencia o no del ácaro, es un raspado de piel, o también mediante la dermatoscopia, un equipo que magnifica el tamaño de las lesiones, donde se puede ver mejor el problema de la piel».

Tratamiento.

«En cuanto al tratamiento, hasta ahora no hay ningún tipo de tratamiento que cure la Rosácea, eso sí los dermatólogos lo tenemos bien claro. La rosácea se controla, más no se cura».

Inicio de la enfermedad.

«Dentro de mi experiencia, todos los que inician con la enfermedad generalmente tienen un trasfondo emocional, se les sugiere actividades físicas, porque está comprobado que las actividades físicas ayudan muchísimo a controlar el estrés y si veo que el paciente con esto no mejora, se le indica que debe visitar a un terapeuta que le ayude a controlar sus emociones».

Estadística.

«Lo que va del año, debo haber atendido entre 25 a 30 pacientes con Rosácea».

Sobre como informar.

«Lo que tenemos que hacer es implicar a las personas con una cultura de prevención, de qué manera se puede prevenir no solamente la rosácea sino otras

enfermedades tratando de manejar el estrés, porque hay muchas enfermedades relacionadas con el estado emocional de la persona, como el vitíligo, la Rosácea, la soriasis, dentro de lo relacionado con los problemas de la piel».

Dr. Carlos Fernando Rodríguez Flores - Médico Dermatólogo

*(Servicio de Dermatología, Hospital Cayetano Heredia,
Universidad Peruana Cayetano Heredia)*

«La Rosácea es una Dermatitis fotoexacerbada inflamatoria crónica de la unidad pilosebácea. Las causas que te llevan a tener Rosácea, son desencadenantes ambientales y predisposición genética. La consecuencia de tener rosácea, son cambios cutáneos agudos y crónicos. Los tratamientos para esta enfermedad son: no farmacológicos y farmacológicos. Depende del estadio. Para diferenciar la Rosácea del acné, es por la ausencia de comedones. El denominador común que tienen todas las personas que padecen esta enfermedad, es vasodilatación, inflamación y angiogénesis».

«La piel de los peruanos es propensa a contraer la rosácea. El principal factor en el Perú es la alta radiación ultravioleta. He atendido en promedio, a 100 pacientes con la enfermedad».

«Se debe evitar radiación ultravioleta. Evitar irritantes tópicos. Evitar alimentos desencadenantes. Hay Rosácea fuera del rostro, por ejemplo, en el tronco y brazos. Pero es poco usual».

«Una buena relación médico paciente, ayudará a manejar los problemas psicológicos que trae esta enfermedad. No creo que sea buena una campaña social para esta enfermedad. La enfermedad no genera cáncer».

Mayra Alejandra Mostajo Machado (30) - Psicóloga.

«Las consecuencias psicológicas que pueden traer esta enfermedad (la Rosácea) varían de acuerdo al carácter de cada persona. Lo común es que estas personas tienden a estresarse más rápido, suelen ser más ansiosas, tienen dificultades para relacionarse con los demás, puesto que, su autoestima tiene niveles bajos esto les impide tener la seguridad y confianza. La dificultad con la autoestima hace que no tengan la seguridad, puede llegar a extremos en los cuales ni siquiera interactúen con su propia familia. Las personas que tienen esta enfermedad van a tener tendencia a la introversión y tener una fobia social. En nuestra sociedad, específicamente en Perú, todavía no hay una concientización sobre la salud emocional, lo que genera que no siempre estos casos sean tratados».

«Si el tratamiento se lleva con un psiquiatra debido a la gravedad del caso, usualmente estas personas son diagnosticadas con: trastorno de ansiedad social, trastorno de depresión, cuadros obsesivos y dismorfia (trastorno relacionado con la percepción que una persona tiene de su propia imagen física), debido a que el miedo a que esta enfermedad vuelva a salir, lo llevarán a tener conductas fóbicas compulsivas. Esta enfermedad de la piel repercute en un malestar subjetivo de su calidad de vida, es decir en todo momento están al pendiente de eso y a su vez hace que la enfermedad continúe. Si bien ahora no se sienten bien, yo estimo que en unos cinco años estaremos mucho más concientizados en que el trabajo emocional es muy importante».

Luis Arturo Vilches Salcedo (56).**Médico Psiquiatra (R.N.E. 12858 CMP 28865).**

Centro de Salud Mental Comunitario de Pueblo Libre «Honorio Delgado».

Consecuencias psiquiátricas por tener Rosácea.

«La mayor cantidad de personas que presentan esta enfermedad dermatológica que se produce en la cara, trae serios problemas de autoestima. Los jóvenes son muy lábiles [frágiles] a presentar problemas de esta naturaleza porque justamente el rostro es una forma de poder entrar en relación con otras personas y la alteración en su estructura física le puede generar inconvenientes con su salud mental».

Que puede generar.

«Sobre todo, depresión, ansiedad y baja autoestima».

Común denominador en los enfermos.

«Generalmente retraimiento social y en algunos casos más graves problemas de ansiedad social, lo que anteriormente se le llamaban fobias, se ensimisma en su casa y pierde el contacto social».

Como controlar.

«La Rosácea puede influir en que incrementen los problemas psicológicos. Considero que, si los determinantes psicosociales se dan, podría un buen tratamiento psicoterapéutico menguar muchos aspectos relacionados con el incremento de los síntomas de la Rosácea, ahora, en casos más graves cuando ya se asocian trastornos, la medicación puede disminuir mucho de los síntomas».

Cantidad de pacientes.

«Esta enfermedad es uno de los factores que acompaña a la gran gama de problemas que tiene la persona».

Diferencia entre hombre y mujeres.

«Se encuentra totalmente demostrado que hombres y mujeres no somos iguales, porque obviamente la forma en la que enfrentamos los problemas, nuestro propio género, la estructura de nuestra personalidad es diferente entre hombre y mujeres. Las mujeres siempre son bien dadas a poder contar sus problemas, digamos a solicitar y pedir ayuda, el hombre por su estructura de tipo machista, siente que el pedido de ayuda es una merma de su aspecto de debilidad, por ello que el que pide ayuda es menos hombre».

«Los pacientes que en mayor cantidad vienen a un centro de salud mental son mujeres, ahora veo más varones que vienen a la consulta, poco a poco se está cambiando ello. Sin embargo, siguen siendo las mujeres las que acuden con mayor asiduidad».

Rango de edad en la que afecte más.

«En jóvenes. Lamentablemente en nuestra sociedad existe mucho estigma, discriminación hacia los problemas de salud mental; por ejemplo, el hecho de venir a una entidad que apoya en este tipo de problemas genera en la sociedad malestar y la relación de problema de salud mental y locura sea muy próxima».

Debería haber una campaña.

«Claro, no conozco exactamente la incidencia de Rosácea en el país, sé que es un problema frecuente que vulnera la autoestima de la persona que lo contrae. Sé que existen casos graves y ellos se ven vulneradas en su aspecto de presentación».

Puede generar suicidio.

«Posiblemente, no podría asegurarle. Si bien ya tenemos estadísticas de muchas cosas, pero en casos tan especializados como este, todavía no».

Vulnerabilidad de la autoestima.

«Definitivamente vulnera la autoestima, a veces la persona no lo puede afrontar solo. Obviamente la autoestima de las personas recae y hace que la persona no pueda desenvolverse adecuadamente en la sociedad».

Fidel Sebastián Calle Quintana (20) – Paciente con Rosácea.

«La Rosácea, es una enfermedad dermatológica, de la cual no se sabe mucho su origen exacto, pero que se caracteriza por un enrojecimiento de la piel del rostro. Hay algunas investigaciones que han descubierto que se puede producir por un factor genético, las personas caucásicas tienen predisposición a desarrollar la enfermedad. También el ácaro *demodex*, que es normal que viva en la piel, pero en las personas con Rosácea hay un exceso. Otra causa es la severa exposición al sol. Las consecuencias, es que se deteriora la salud de tu piel, hay consecuencias psicológicas, porque te causan mucha depresión. Si desarrolla mucho la enfermedad, podría afectar los ojos y llegar a una ceguera grave».

«Por mi experiencia, para determinar la enfermedad de la Rosácea, el dermatólogo hace una revisión física, con una lupa o un lente de aumento; también pueden sacar una muestra para verlo en el microscopio, pero generalmente se puede ver a simple vista. Lo que uso mayormente son cremas, antibióticos en forma de cremas, pero hay que tener en cuenta que los corticoides son muy desfavorables. También hay pastillas. Pero el tratamiento básicamente se basa en cuidar la piel del rostro, para que no empeore los síntomas. En la Rosácea salen como granitos, pero, dentro de ellos no tienen mucho líquido es sobre todo hinchazón y enrojecimiento, en cambio en el acné sí tiene bastante líquido dentro. La piel de los peruanos es bastante variada, así que, creo sí es propenso a tener Rosácea. Además, la gente en su mayoría no sabe cuidarse, por ejemplo, aquí en Piura, la gente no sabe protegerse del sol, y eso que la radiación aquí es más fuerte que en otros lugares. Este año he visto varias personas con Rosácea, por ejemplo, trabajadores de mi universidad exponiéndose al sol, realmente una pena. Es muy importante una campaña social de concientización de la Rosácea, porque ayudaría a informar a las personas de esta enfermedad, porque nadie sabe mucho o casi nada, y ayudaría a los que tienen para que aprendan a cuidarse, y para los que no tienen, para que puedan comprender y aceptar a los enfermos».

Investigación Cualitativa (Focus Group).

Los investigadores usaron también este sistema del *Focus Group*, que se basa en la reunión de un grupo de personas, en este caso de jóvenes de edad entre los 20 y 23 años, universitarios entre hombres y mujeres, y todos contestaron una serie de preguntas y frases para generar un pequeño e interesante debate en torno al tema de la enfermedad de la Rosácea, un tema tan interesante de donde sacamos muchos datos también con respecto a la campaña que vamos hacer, logotipo, frase, entre otros.

*Focus Group.***Cuadro N.º 3**

Ficha Técnica	
Herramienta usada	<i>Focus Group</i>
Participantes	6
Edad	20 – 23
Fecha	8 de mayo de 2019
Género	Hombres
	Mujeres

Fuente: Elaboración propia

Informe de la investigación.

Las 6 personas que estuvieron en nuestro *Focus Group*, son estudiantes universitarios, jóvenes y de ambos sexos. Personas que se encuentran entre las edades de 20 y 23 años, quienes permanentemente o trabajan con una persona con Rosácea, o han visto alguna vez a una con esa enfermedad. Son personas que se sienten un poco identificadas por la tragedia de vivir con incomodidades psicológicas por llevar una enfermedad de la piel, que llegaron a la conclusión de que el rostro es una ventana para socializar.

Estilo de vida.

Según la participación de nuestros entrevistados muchos navegan por las redes sociales siendo Facebook e Instagram las redes más utilizadas. Sin embargo, ellos acotan que es necesario mantener un *target* definido, porque si no es muy probable que la campaña fracase. Varios de ellos indicaron que solo se mantienen visualizando una publicidad si es que los tres primeros segundos capta su atención; asimismo, informaron que, si la información es atractiva y les interesa, se mantienen mucho más tiempo, viéndola.

Rosácea y enfermedades de la piel.

Indican reconocer la enfermedad; sin embargo, no conocen la definición exacta de lo que es. Otros tienen una percepción completamente diferente de la definición en sí. Los problemas dermatológicos que conocen son: el acné (principalmente), vitíligo, Rosácea y psoriasis. Normalmente cuando escuchan la palabra Rosácea, lo primero que se le viene a su mente es el color rosa, porque la palabra «Rosácea» sienten que tiene relación directa con la palabra «rosado». Indican que una de las enfermedades que han sufrido es el acné y en muchos casos vulneró su autoestima. Estas situaciones se presentaron en muchos de nuestros participantes en la adolescencia.

Rosácea y salud mental.

Indicaron que sí era probable que un problema como la Rosácea podría dañar la autoestima y la seguridad de la persona, e incluso llegando a un problema de depresión. Asimismo, comentan que, durante su tiempo con alguna enfermedad dermatológica de la piel, no presentaron ningún tipo de problema psicológico. Si en algún momento ven a personas con Rosácea aguda en la calle, indicaron que estarían interesados y curiosos por saber que le sucede a esta persona; sin embargo, no invadirían su espacio hasta intimidarlos, simplemente los verían desde lejos.

Relación con la campaña.

Muchos indican que una campaña para sensibilizar sobre la enfermedad de la Rosácea, sería adecuada y oportuna debido a que no existe información sobre este tema en particular. Les gustaría recibir información a través de las redes sociales, un medio de comunicación que usan diariamente. El nombre de la campaña que muchos indicaron sería:

- 1.- Soy Rosácea
- 2.- Nosotros somos rosa
- 3.- Tu piel mi piel

El *Hashtag* (#) que de acuerdo con ellos sería el más viable es el mismo que el nombre de campaña: #SoyRosácea. Esto debido a que es una frase corta y genera mayor impacto. La pieza gráfica a usar, para el logotipo, podría ser una máscara, ya que la Rosácea

no etiqueta lo que somos, mostrando el rosa como uno de los colores para la campaña. Sobre el slogan: Uno de los slogans que desearían o ven conveniente es: «Tu piel, mi piel»; sin embargo, vemos conveniente que usaremos el slogan: «Importas tú, importa tu rostro».

Muchos de ellos indicaron que no existía una campaña que genere recordación en detalle, muchos recordaron las campañas más grandes como: Cáncer de Mama, Donación de Órganos, Virus de Papiloma Humano y otros; sin embargo, no recuerdan cosas específicas como logotipo, slogan o más. No recuerdan estas campañas debido a que, piensan, los mensajes que se publican son muy poco digeribles y no cuentan con consistencia.

Comparación.

Cuando se les realizó las siguientes comparaciones:

- La Rosácea tiene el color...

Muchos indicaron que sería el rosado como uno de los colores que identifican al escuchar la palabra Rosácea.

- El rostro de una persona es...

Muchos indicaron que el rostro de una persona... es sinónimo de belleza, y por tal tendrían que verse bien.

Publicidad.

Al momento de hablar sobre publicidad, todos fueron muy claros al indicar que es el internet su fuente principal de información. Ellos ven a las redes sociales como una buena herramienta para difundir una campaña de sensibilización, generando incluso comentarios y que este se virilice en caso esté bien realizado. Pero, si no es bien dirigida, creen que esto podría tener una terrible consecuencia, y llegar al fracaso total.

Con respecto a EsSalud, no tiene ninguna presencia de recordación con los entrevistados; sin embargo, indican que en el tema de los paneles son concisos con lo que informan. También hablan de no conocer datos o información estadística exacta con

respecto al aumento o disminución de la Rosácea. Los participantes indicaron que no han escuchado que esta enfermedad sea recurrente en las mujeres.

Los entrevistados desconocían totalmente el tema de que 2 de cada 100 personas en el Perú sufran de alguna variedad de Rosácea.

3.4. Resultados investigación de mercados.

Cuando se realizó la presente investigación de mercados se llegó a las siguientes conclusiones:

Conocimientos sobre enfermedades de la piel.

Cabe resaltar que los problemas dermatológicos que más se conocen son: el acné, en primer lugar; en segundo lugar, la Rosácea y en tercer lugar el vitíligo. En líneas generales se puede concluir que la Rosácea se encuentra en la mente de nuestro público objetivo.

Enfermedades contraídas en la piel.

En la investigación cuantitativa (encuesta), un 78 % afirma haber presentado un problema en la piel de su rostro alguna vez en su vida. Esto nos demuestra que, en algún momento, nuestros encuestados, han presentado alguna enfermedad dermatológica. De la misma manera, nuestra investigación cualitativa, también indica o manifiesta estos mismos problemas dermatológicos; cabe resaltar, que se señala al acné como una enfermedad que vulnera la autoestima, y que estas situaciones se suelen dar durante la adolescencia.

Sobre la importancia de una campaña social.

Más del 90 % de los encuestados, dentro de la investigación cuantitativa, y de manera mayoritaria en la investigación cualitativa, manifiestan que es muy importante la realización de una campaña social que aborde el tema de la Rosácea en el Perú, debido a que no existe información sobre ese tema en particular, lo cual fue corroborado por los especialistas del tema. Asimismo, nuestro público también manifestó que le gustaría recibir información a través de las redes sociales, ya que es el medio de comunicación con el que diariamente tienen mayor contacto.

Nombre de campaña.

El nombre preferido para la campaña, en la investigación cuantitativa con más del 35 % de preferencias, fue «Juntos contra la Rosácea», los investigadores consideran que tiene una connotación positiva, debido a que engloba la palabra «juntos» y eso comprende que es una causa social en búsqueda de envolver a toda la población y eso se corroboró en la investigación cualitativa, donde veían que el «juntos», tenía un sentido más fraternal; sin embargo, se consideró englobar el nombre de la campaña, mostrándose como una presentación ante cualquier público y *Hashtag (#)* sean igual, buscando una recordación con la campaña.

Nombre de la campaña

Soy Rosácea

Hashtag (#)

#SoyRosácea

Slogan de campaña

«Importas tú, importa tu rostro»

Auspiciador.

Según el estudio cuantitativo, más del 60 % de los encuestados, indicaron que conocen a la empresa farmacéutica Bioderma, empresa que es aliada estratégica de la campaña e indicaron, un 78.7 %, que Bioderma es una empresa farmacéutica, dando con esto una afirmación correcta. También la investigación confirmó que la empresa Bioderma, se encuentra identificada por aquellos que sufren un problema dermatológico y, según la investigación cuantitativa más de un 60 % indicaron que sería excelente que una empresa como Bioderma, formara parte de la realización de una campaña contra la Rosácea. Eso muestra que los encuestados ven a la empresa como un respaldo contundente. Otra empresa que se encuentra como parte de nuestra campaña es AMA «Clínica Estéticamente Responsable», una clínica de Estética, que busca el bienestar de las personas en su aspecto físico.

Desconocimiento de la Rosácea.

También en nuestra investigación cuantitativa, más de un 60 % de nuestros encuestados, indicaron que sí se sumarían a la campaña de la lucha contra la Rosácea en el Lima Metropolitana, y que compartirían nuestra información en sus redes sociales, que es básicamente, la ventana más importante de los jóvenes en estos tiempos, es así como lograremos llegar a todos aquellos que desconocen totalmente la enfermedad.

Rosácea y depresión.

En ambas investigaciones se llegó a la conclusión que la mayor cantidad de personas que presentan esta enfermedad dermatológica (Rosácea) lo manifiestan en su rostro, trayendo consigo serios problemas de autoestima. Tanto los encuestados, como los especialistas, indicaron que son los jóvenes, los más vulnerables a presentar problemas de esta naturaleza, porque es justamente el rostro una forma de ingreso con la socialización frente a otras personas y su alteración, puede generar inconvenientes con su salud mental, como la depresión, ansiedad y la baja autoestima.

Cómo te sumarías a esta campaña.

De acuerdo al estudio, al haber falta de información sobre la Rosácea, nuestra investigación ataca la desinformación de la enfermedad, generando en la población interés, sobre qué es o de qué trata; generando en la población intriga, obteniendo como resultado la respuesta de lo que nuestra campaña aporta sociales para la comunidad compartiendo nuestra información en las redes sociales, y eso es una interesante forma de sumarse a esta campaña, porque con su ayuda se podrá viralizar la información en medios virtuales y las acciones digitales nos mostrarán el alcance obtenido por la campaña.

Influencer.

En nuestra información cuantitativa, más del 40 % de nuestros encuestados, indicaron que el Dr. Tomás Borda, conocido conductor de televisión del programa «Segunda Opinión» por ATV, y él sería un importante *influencer* para nuestra campaña.

Cinthy Valera, una importante e influyente profesional de la belleza, que tiene muchos seguidores en Instagram.

3.5. Análisis FODA

Cuadro N.º 4

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Tener el respaldo de una de las marcas dermatológicas más importantes en el mundo: BIODERMA. <ul style="list-style-type: none"> • Contar con la Clínica AMA como un aliado estratégico de nuestra campaña. • Contar con el respaldo de la población que considera importante esta enfermedad en el Perú. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de información, conocimiento e investigación con respecto a la Rosácea a nivel Latinoamérica y en el Lima. • Los investigadores no cuentan con la información completa y técnica de la enfermedad, debido a que no son médicos especializados en dermatología.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Primera campaña de sensibilización en Lima sobre la rosácea, con el respaldo de una marca dermatológica experta en el tema. • La campaña generará interés en la población, una de las primeras campañas de sensibilización en el ámbito universitario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desinterés por parte del sector gubernamental por promover la campaña. • Insensibilidad y falta de interés de la sociedad hacia esta campaña. • Falta de pacientes con rosácea que deseen participar en la campaña. • Que otras organizaciones gubernamentales decidan realizar campañas parecidas o similares a la nuestra y que tengan un mayor aporte presupuestal.

Fuente: Elaboración propia

3.6. Grupo objetivo

3.6.1. Grupo objetivo primario.

Centraremos nuestra campaña en jóvenes universitarios de Lima Metropolitana de 18 a 25 años NSE ABC.

A continuación, veamos sus características:

a) *Demográficos.*

Sexo: Femenino y masculino.

Edad: 18 a 25 años.

Estado civil: No es relevante

Ocupación: Jóvenes cursando o culminando estudios universitarios o técnicos.

Nivel de ingresos: Sus familias disponen de ingresos desde S/2500.00 a más.

b) *Geográfica.*

Lugar de residencia: Lima Metropolitana (distritos del NSE ABC). Como San Miguel, Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina, entre otros.

c) *Psicográfico.*

Nivel Socioeconómico: ABC.

d) *Estilo de vida.*

Jóvenes que se encuentran estudiando una carrera universitaria o técnica, algunos de ellos ya están por graduarse o egresados en sus carreras en universidades privadas de rango medio o universidades públicas.

Son jóvenes dinámicos que realizan actividades de manera simultánea, debido a las diversas actividades diarias que realizan día a día. Se encuentran interesados en cuidar su salud y están atentos a causas sociales.

Buscan despejar su tiempo libre en redes sociales e intercambiar información mediante ellas.

e) Personalidad.

Progresista y moderno.

Jóvenes con aspiraciones de superación e igualdad social, democrático, que propone igualdad entre todos aquellos que lo rodean. Tecnológico, con alto conocimiento en manejo de redes sociales, siempre informado y con gran predisposición a seguir aprendiendo. Son analíticos, con deseos de superación e interesados en su salud y en buscar información que los ayude a protegerse de cualquier problema referente a ello.

f) Salud.

Son el grupo objetivo con mayor índice de casos de Rosácea en Lima (según lo que manifiestan los especialistas) y a su vez los que tienen menor acceso a la información sobre esta enfermedad. Cabe resaltar que cuentan con un seguro privado en su gran mayoría y en menor medida (principalmente en el NSE C) tienen EsSalud a través de sus padres.

3.6.2. Grupo objetivo secundario.

Dentro de nuestro público objetivo secundario contamos con adultos de 26 a 40 años, que se encuentran trabajando de manera dependiente o independiente. Pueden ser casados o solteros con un ingreso mensual a S/2,500.00 que residan en Lima Metropolitana en distritos NSE ABC. Son adultos interesados en su salud y bienestar y en recabar la información al respecto.

3.7. Patrocinador

Nuestro patrocinador en esta campaña será el laboratorio dermatológico, BIODERMA. Compañía francesa especializada en medicamentos dermatológicos con presencia en todos los continentes, con sus más de 40 años en el mercado otorgando productos de calidad y ayudando a mejorar la piel de millones de personas en el mundo la respalda como uno de los mejores. La marca cuenta con una línea específica para el cuidado de la piel sensible y Rosácea.

Durante el 2011 crean la fundación Bioderma con apoyo de la de la Fundación de Francia, buscando un fin en común, apoyar el desarrollo de la dermatología en el mundo. Al mismo tiempo se busca el avance e investigación en la biología fundamental.

3.8. ¿Cómo queremos que vean en nuestra campaña?

Ser la primera campaña social de sensibilización dirigida a jóvenes universitarios de NSE ABC de Lima Metropolitana que aborde el tema de la Rosácea, generando interés social dentro de la opinión pública, buscando otorgar información sobre cómo abordar este problema a aquellos que la padecen y utilizar las redes sociales para masificar y divulgar el conocimiento acerca de este tema dentro de la comunidad médica.

3.9. *Brand Equity* de la Campaña (los valores de la campaña).

Solidaridad: Hacia las personas que sufren de Rosácea.

Empatía: Establecer relaciones interpersonales positivas con aquellas personas que padecen de la enfermedad, mostrando la capacidad de poder comprender.

Igualdad: Mostrar un trato igualitario ante cualquiera que presente o muestre algún problema con su piel.

Tolerancia: Respetar a las personas que tengan problemas dermatológicos como la Rosácea.

3.10. Objetivos

3.10.1. Objetivo general.

- Sensibilizar sobre la enfermedad de la Rosácea en Lima Metropolitana a uno de los públicos más vulnerables en nuestra sociedad, jóvenes de 18 a 25 años NSE ABC.

3.10.2. Objetivos específicos.

- Generar espacios de comunicación dentro de los medios periodísticos acerca de esta enfermedad dentro de los jóvenes universitarios.
- Posicionar a Bioderma como una marca socialmente responsable que lucha contra la Rosácea en el Perú dentro de los jóvenes universitarios.
- Generar alianzas estratégicas con empresas e instituciones para que se sumen a la campaña «Soy Rosácea».

3.11. Estrategias –Tácticas

A través de una estrategia de 360.º difundiremos la campaña de *marketing* social, con el nombre de **#SoyRosácea**, «Importas tú, importa tu rostro». Para lograrlo, cumpliremos los siguientes objetivos, por medios de las siguientes estrategias:

- a) Sensibilizar sobre la enfermedad de la Rosácea en Lima Metropolitana a los jóvenes universitarios de 18 a 25 años NSE ABC.

Estrategia de Social Media

Táctica: Como parte de ejecución de nuestra campaña para sensibilizar a nuestro público, utilizaremos las redes sociales para poder difundir y comunicar sobre la campaña «Soy Rosácea».

- **Lanzamiento del *Fan Page* en Facebook: «Soy Rosácea».**

La campaña lanzará oficialmente el *Fan Page* «Soy Rosácea». Se busca sensibilizar a la población otorgándole información de valor sobre la Rosácea, absolver preguntaste cómo, qué es, cómo actuar, dónde acudir y qué opciones de tratamiento puede llevar.

- **Lanzamiento de la cuenta de Instagram: «Soy Rosácea».**

La campaña lanzará su cuenta comercial en Instagram «Soy Rosácea», en ella buscaremos sensibilizar sobre la enfermedad. Asimismo, se busca generar un alcance masivo mediante la utilización de *hashtag* #SoyRosácea e Instagram TV (IGTV).

- **Lanzamiento de la Campaña en YouTube: «Soy Rosácea».**

Mediante la plataforma de YouTube la campaña lanzará tutoriales explicando sobre la Rosácea, qué es, cómo actuar, dónde acudir y qué opciones de tratamiento puede llevar. También, se podrán visualizar entrevistas a especialistas que aporten a la campaña.

Estrategia de Digital Content.

Táctica

- ***Paper Digital***

Material informativo en la que se explicará a detalle sobre la Rosácea, sus síntomas, como prevenirla y la campaña «Soy Rosácea».

- ***Video Content***

La campaña ejecutará videos informativos con especialistas, dermatólogos, psicólogos, pacientes, que nos explicarán qué es y cómo tratarlo.

Uno de los testimoniales que se mostrarán es el de Cynthia Valera Romero, maquilladora profesional, que explicará, cómo vive día a día su lucha contra la Rosácea.

- ***Blog: Soy Rosácea***

Se publicará contenido con cierta periodicidad, en forma de artículos sobre la enfermedad, y clasificados por categoría.

b) Posicionar a Bioderma como una marca socialmente responsable que lucha contra la Rosácea en el Perú, dentro de los jóvenes universitarios.

- ***Alianza estratégica con***

BIODERMA Tácticas

Charlas informativas «Soy Rosácea: Conóceme»

Estas charlas se realizarán en las diferentes universidades de Lima Metropolitana, como la Universidad San Martín de Porres (USMP), la Universidad Tecnológica del Perú (UTP) y el Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL). Las charlas serán realizadas por voceros de la marca Bioderma. En estas charlas se entregarán de manera gratuita productos de la marca.

Campaña Bioderma Lucha contra la Rosácea

Bioderma va a intervenir su *packaging* durante el mes central de la campaña. Asimismo, en los puntos de venta de Bioderma estará un volante informativo de la campaña en las cadenas de farmacias: Inkafarma. Esta acción se realizará en los establecimientos cercanos a universidades del *target*.

- c) Generar alianzas estratégicas con empresas e instituciones para que sumen a la campaña «Soy Rosácea».

Estrategia de alianzas estratégicas.

- **Alianza estratégica con AMA** (Clínica de cirugía plástica y tratamientos dermatológicos)

Táctica

Campaña de Despistaje: Soy Rosácea: Protégete

Clínicas AMA realizará campañas de despistaje gratuito en universidades para detectar problemas tempranos en la piel. Aquellas personas que se les detecte algún problema se les ofrecerá un descuento especial.

- d) Generar espacios de comunicación dentro de los medios periodísticos acerca de esta enfermedad.

Estrategia de Relaciones Públicas.

Táctica

Notas Periodísticas

Participación en medios televisivos, escritos y digitales sobre la Campaña de la Rosácea como:

- Perú21 (versión digital)
- La República (versión digital)
- Publimetro (versión digital)
- Willax TV
- Televisión Nacional del Perú (TNP)

Táctica**Influencers**

Se contará con diversos *influencers* que ayudarán al despliegue de la campaña en redes sociales e invitarán a acudir a su dermatólogo de confianza una vez al año para una revisión.

3.12. Plan de contingencia**Objetivo:**

Generar un alto impacto mediante una activación con la campaña «Soy Rosácea».

Estrategia:

Uso de activaciones en principales centros comerciales que sean concurridos por el público objetivo.

Tácticas:

Con el apoyo de Bioderma se colocará un consultorio móvil en los centros comerciales de Real Plaza Salaverry y Primavera, con el fin de dar a conocer la campaña mediante despistajes gratuitos. Asimismo, se recolectará leads mediante un pequeño cuestionario, invitándolos a nuestras redes sociales y generando tráfico en ellas.

KPI de Campaña

- Alcance de personas: 550,000 personas al término de la campaña.
- 20,000 seguidores durante el semestre de lanzamiento de nuestro *fanpage* en Facebook.
- 10,000 interacciones al término de la campaña en Facebook.
- 5,000 seguidores al término de la campaña en Instagram.
- 1,000 interacciones al término de la campaña en Instagram.
- 2,000 seguidores al término de la campaña en YouTube.
- 60,000 *view's* del spot publicitario en YouTube.
- 1,200 descargas del *paper* «Soy Rosácea».
- 45,000 visitas al blog «Soy Rosácea».
- 6,000 jóvenes universitarios que participen en las charlas de Bioderma.
- Entrega de 250,000 volantes de la campaña a cargo de Bioderma en Inkafarma en Lima.

Capítulo IV

Estrategia publicitaria

4.1. ¿Problema a resolver?

La enfermedad de la Rosácea, es una dolencia que trata sobre lesiones rojas que afectan a la piel del rostro, es incurable y hasta la fecha no presenta investigaciones, ni datos estadísticos exactos referentes la enfermedad. Quienes la padecen no tienen una tranquilidad de vida necesaria. Actualmente, algunos datos dermatológicos, informan que esta enfermedad lo padecen 2 de cada 100 peruanos. Por esta razón, es importante generar la sensibilización en los ciudadanos sobre una enfermedad dermatológica que podría afectar a cualquier persona sin discriminar su género, edad o color de piel, y también, deseamos, generar interés sobre la problemática actual de este malestar, que día a día va en aumento.

4.2. Antecedentes – *Benchmarking*

CAMPAÑA N.º 1

Empresa: Galderma

Nombre de la campaña: *Rosacea (Beyond the visible)* – Rosácea (Más allá de lo visible)

País: Inglaterra

Desarrollo de la campaña: El desarrollo de la siguiente campaña «Más allá de lo visible» une a los principales influenciadores de Inglaterra lanzando un movimiento de concientización mediante las redes sociales.

Cada publicación se realizó usando el hashtag *#RosaceaNoFilter* de esta manera se busca concientizar durante el mes de abril (Mes de Concientización sobre la Rosácea).

La campaña busca realizar conversaciones de Rosácea mediante las redes sociales, estos debates se generan cuando los usuarios subían un selfie para ser capaces de hablar sobre el impacto visible más allá de lo que se puede ver.

La embajadora de la campaña Lex Gillies (@TalontedLex) comenta.

Para muchas personas, incluyéndome, la Rosácea es más que una enfermedad de la piel visible, es una lucha diaria constante. La naturaleza muy visible de la Rosácea significa que a menudo nos sentimos auto-consciente y consciente de los juicios de los demás, que pueden sentirse muy aislados. Por eso necesitamos unir a las personas, y el Mes de Concientización sobre la Rosácea es la oportunidad perfecta para conectar a la comunidad de la Rosácea y usar nuestra voz unificada para crear conciencia. El estigma, y educar a la gente sobre las realidades ocultas de esta enfermedad. Deberíamos estar orgullosos de compartir nuestras experiencias sin filtro de vivir con Rosácea. Al publicar nuestras autofotos *#RosaceaNoFilter*, podemos inspirar a otros a ser abiertos y hablar sobre los verdaderos desafíos que enfrentamos con la Rosácea, así como compartiendo consejos útiles y sugerencias para apoyarse mutuamente (Párr.).

Redes sociales que se utilizaron en la campaña

Imagen de la campaña: <https://www.instagram.com/talontedlex/>

Twitter: https://twitter.com/Beyond_visible

YouTube: https://www.youtube.com/channel/UC8_aXx7D9freV-hVa0VfYhw

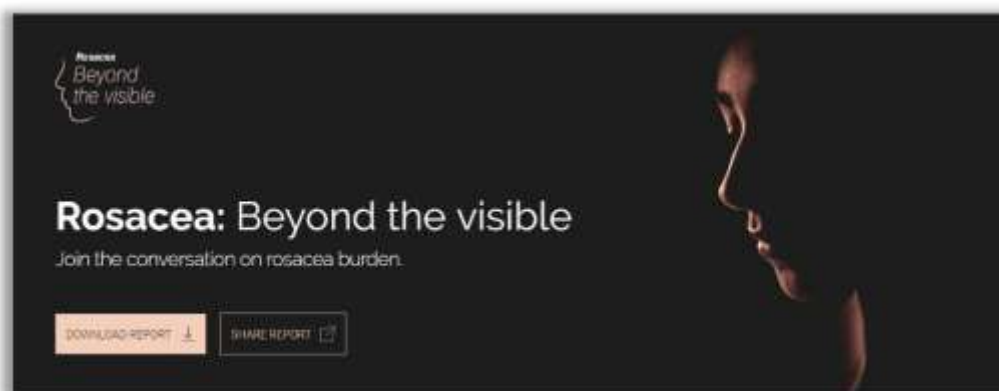
Página Web: <https://hosted.bmj.com/rosaceabeyondthevisible>

Logo



Fuente: hosted.bmj.com

Logo empleado en la red



Fuente: hosted.bmj.com

Hashtag



Fuente: hosted.bmj.com

CAMPAÑA N.º 2

Empresa: Almirall

País: España

Tiempo de ejecución: marzo de 2016

Nombre de la campaña: *#SharedSkin* (Piel Compartida)

Desarrollo de la campaña

La campaña *Shared Skin Initiative* «Iniciativa de Piel Compartida» presenta a empleados de la compañía *Almirall* con afecciones de la piel a causa de la Rosácea; muestra como la enfermedad genera un impacto emocional en las personas que la padecen.

Lo que la compañía buscaba con esta campaña, era acercar a los empleados con la realidad de las enfermedades y usar su piel como una muestra, empatizando más con los portadores de ellas.

Redes sociales que se utilizaron en la campaña

YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=RdhD5Z45mHg>

*Campaña fue galardonada con León de Plata en Cannes, categoría de PR.

Logo



Fuente: <http://www.martacordomi.com/>

Pieza Gráfica

Sharedskin initiative

Reto
A principios de 2016, la farmacéutica Almiral dio un giro estratégico hacia la dermatología y necesitó sensibilizar a sus 1.700 colaboradores sobre la importancia del trabajo que desarrollan a diario cuidando a personas que sufren enfermedades de piel.

Idea
Durante un día, ficamos así en los 'trabadores de Almiral', es su propia piel, la que vive los síntomas de piel a diario.
Para ello realizamos a cinco colaboradores con cinco enfermedades severas de piel, a los acompañamos a lo largo de que experimentaron las reacciones de la gente a su piel.

Resultado
93% de los colaboradores impactados positivamente.
Aumento de la implicación y motivación de más de 1.700 trabajadores de la compañía, repartidos en 13 países.
Logo de un enlace más funciona en el desarrollo de nuevas acciones médicas, posicionando Almiral como una compañía comprometida en el debate dermatológico.

«Ponerse en la piel de otro»
Capacidad de identificarse con alguien para entender y compartir sus sentimientos.

David Gómez, CEO
María Domínguez, CEO
Cristina Salazar, Commercial Team
David Fernández, Marketing

Your skin, our skin.
Almiral

Fuente: <http://www.martacordomi.com/almiral>

CAMPAÑA N.º 3

Abril, mes de la concientización sobre la enfermedad Rosácea

La *National Rosacea Society* (NRS) designó a abril como el mes de la Concientización sobre la Rosácea, buscando mejorar la educación de la Rosácea, un trastorno de la piel. La designación también está diseñada para concientizar a los pacientes que puedan padecer la afección, y recurran a ver a un dermatólogo y busquen la terapia adecuada.

CAMPAÑA N.º 4

Campaña: *Act on Red: Raising the burning issues around Rosacea*

Compañía: GALDERMA

Esta campaña de *Salud Global*, cuyo objetivo es crear conciencia y despertar a la gente sobre la Rosácea, una enfermedad cutánea tratable común que afecta a unos 40 millones de personas en todo el mundo.

Las actrices Maya Booth y Cynthia Nixon (Miranda de la serie «*Sex & the City*») son embajadoras de la campaña, puesto que ambas sufren de la enfermedad.

PDF: <https://www.kasocio.com/wp-content/uploads/2014/10/71400551-face-values-original.pdf>

LOGO



Fuente: Blog by AM

Eventos



Fuente: Blog by AM

Versión en español

Campaña: Planta cara al enrojecimiento

Año: 2014

Twitter: https://twitter.com/actonred_esp?lang=es

YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=QxDFXQprk44>

Logo



Fuente: https://twitter.com/actonred_esp?lang=es

Pieza gráfica



Fuente: https://twitter.com/actonred_esp?lang=es

CAMPAÑA N.º 5

Campaña: Rosácea - *End The Cover Up*

Empresa: Galderma

Año: 2016

La campaña busca alentar a los pacientes que sufren de Rosácea a que busquen ayuda dermatológica en vez de cubrirla solo con maquillaje. **YouTube:**

<https://www.youtube.com/watch?v=1RiAqaziAil>

Semejanzas y diferencias entre campañas.

Dentro de todas las campañas sobre la rosácea que se observó a nivel internacional, el rostro siempre fue un elemento repetitivo en los paneles, videos, logos, y también el uso de los testimoniales; sin embargo, las diferencias es que en algunas campañas no se usó la palabra «skin», y que en otras campañas usaban rostros de personas con la enfermedad y en otras, solo usaron dibujos o bocetos de imágenes.

Unas de las campañas uso maquillaje para que la persona tuviera la rosácea y sintiese lo que les pasa a las personas que en verdad lo tienen. En otros casos, ni siquiera hacían imágenes de la campaña.

4.3. ¿Qué decir?

La campaña busca sensibilizar a las personas, sobre la Rosácea en Lima, generando conciencia a esta desconocida enfermedad; y por tal, generar interés en la población. Buscamos que nuestro trabajo sea considerada pionera en campañas sociales de esta envergadura, y que su impacto sea a nivel comunicacional, con el fin que las personas que sufren de esta enfermedad sientan que no están solos en la lucha que emprenden día a día contra este mal.

4.4. Hecho clave

La Rosácea es una enfermedad que no tiene una causa aparente; en muchos casos se diagnostica de manera incorrecta debido a la falta de investigación en nuestro país. Pero la consecuencia más grave es la discriminación a la cual se enfrentan los pacientes que sufren esta enfermedad y de lo cual la sociedad peruana aún no está consciente de ello, es por eso de vital importancia dar a conocer a la opinión pública sobre los estragos de esta enfermedad en la sociedad peruana.

4.5. Objetivo publicitario

Ser la primera campaña en Lima que hable sobre la Rosácea a un público joven que es el más vulnerable a esta enfermedad (jóvenes 18 a 25 años de NSE ABC de Lima Metropolitana).

- Lanzaremos la Campaña Social «Soy Rosácea», en ella buscamos disminuir la insensibilidad de la población; informaremos, concientizaremos e indicaremos los tratamientos vigentes para aquellos que padecen de esta enfermedad.
- Buscar el interés por parte del sector público y asociaciones dermatológicas a atender una dolencia que se incrementa sin causa ni razón aparente; como consecuencia lograr la difusión por parte de la prensa.

4.6. Posicionamiento

Esta campaña busca generar una **identidad de aprecio recíproco** entre toda la sociedad peruana hacia esta enfermedad, de manera que los afectados no se sientan solos y puedan afrontarlo de una mejor manera. Nuestra campaña social «Soy Rosácea» busca posicionar valores como, solidaridad, empatía, igualdad y tolerancia (SEIT).

4.7. Claim

Escogimos la frase «*Importas tú, importas tu rostro*», debido a que deseamos manifestar nuestro interés a las personas que sufren de esta enfermedad.

4.8. Hashtag de campaña

#SoyRosácea

(Colocándole mayúscula a las dos palabras y poniendo tilde a la palabra «Rosácea» como muestra de buena ortografía. La RAE recomienda tildar las palabras en *hashtag*).

4.9. Reason Why

La Rosácea es una enfermedad casi desconocida, y no se han hecho campañas de sensibilización sobre esta dolencia en nuestro país. Nuestra campaña social, será la primera en tratar esta problemática, informando sobre ella y creando conciencia en las personas de Lima.

4.10. Concepto central creativo

«Importas tú, importa tu rostro»

El concepto central creativo de nuestra campaña «Soy Rosácea» es lograr que toda la sociedad limeña se sienta identificado con una enfermedad desconocida por muchos. Como primer concepto tenemos lo importante que eres tú y lo importante que es tu rostro; así como es de vital importancia el cuidado de todo nuestro ser («el todo»), es fundamental cuidar también nuestro rostro («la parte»), puesto que, es nuestra carta de presentación ante el mundo.

El segundo concepto es la sensibilización, para qué, a través de animaciones, entrevista y situaciones reales otorguemos un contacto real con la enfermedad.

4.11. Tono de comunicación

¿Cómo hablaremos a nuestro público?

Emocional / Testimonial / Reflexivo

El tono de la comunicación debe ser sencillo, breve, didáctico y juvenil, esto con el fin de generar y llamar la atención a los jóvenes, sobre lo que se habla.

Contará con un tono testimonial de médicos especialistas y personas que comentarán lo que es vivir con Rosácea, logrando sensibilizar a los jóvenes sobre una situación que muchos ignoran, pero afecta no solo el rostro, sino todo en su ser.

Reflexivo, que los jóvenes sean conscientes sobre un mal que aqueja a un gran sector de la población y que no solo deja estragos físicos sino también mentales.

4.12. Respuesta esperada

Que entiendan la importancia de dar apoyo a las personas que sufren de esta enfermedad. Es una campaña que invita a la reflexión, pero también es emocional, con un tono breve, sencillo, didáctico y juvenil; mostrando un tema tan importante como esta enfermedad, que para muchos es desconocido.

4.13. Isologotipo



Importas tú, importa tu rostro

Uso correcto para el isologotipo en blanco y negro

Positivo



Importas tú, importa tu rostro

Negativo



Importas tú, importa tu rostro

Elementos del Isologotipo

Círculo que representa el rostro



Silueta de un rostro



Nombre de la campaña

SOY
Rosácea

Usos incorrectos para el Isologotipo



Importas tú, importa tu rostro

1. No usar transparencias



Importas tú, importa tu rostro

2. No inclinar el logo



Importas tú, importa tu rostro

3. No cambiar tipografía



Importas tú, importa tu rostro

4. Respetar colores corporativos



Importas tú, importa tu rostro

5. No deformar el logo



6. Cuidar que el logo sea legible

Paleta de colores



C: 0 R: 244
M: 58 G: 137
Y: 16 B: 161
K: 0



C: 58 R: 112
M: 51 G: 109
Y: 44 B: 116
K: 14



C: 0 R: 255
M: 0 G: 255
Y: 0 B: 255
K: 0

Tipografía para gráficas

Fuente: Sinkin Sans (300 Light Italic)

Mayúscula

^A A	^B B	^C C	^D D	^E E	^F F	^G G	^H H	^I I	^J J	^K K	^L L	^M M
^N N	^O O	^P P	^Q Q	^R R	^S S	^T T	^U U	^V V	^W W	^X X	^Y Y	^Z Z

Minúscula

^a a	^b b	^c c	^d d	^e e	^f f	^g g	^h h	ⁱ i	^j j	^k k	^l l	^m m
ⁿ n	^o o	^p p	^q q	^r r	^s s	^t t	^u u	^v v	^w w	^x x	^y y	^z z

Números

⁰ 0	¹ 1	² 2	³ 3	⁴ 4	⁵ 5	⁶ 6	⁷ 7	⁸ 8	⁹ 9
----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Símbolos

[.] .	[,] ,	[:] :	[:] :	[@] @	[#] #	['] '	[!] !	["] "	[/] /	[?] ?	^{<} <	^{>} >
[%] %	^{&} &	[*] *	⁽ (⁾)	^{\$} \$							

Fuente: Sinkin Sans (300 Light Italic)

Mayúscula

^{3F} ?	⁴⁰ @	⁴¹ A	⁴² B	⁴³ C	⁴⁴ D	⁴⁵ E	⁴⁶ F	⁴⁷ G	⁴⁸ H
⁴⁹ I	^{4A} J	^{4B} K	^{4C} L	^{4D} M	^{4E} N	^{4F} O	⁵⁰ P	⁵¹ Q	⁵² R
⁵³ S	⁵⁴ T	⁵⁵ U	⁵⁶ V	⁵⁷ W	⁵⁸ X	⁵⁹ Y	^{5A} Z	^{5B} [^{5C}]

Minúscula

5D	5E	5F	60	61	62	63	64	65	66
j	^	—	`	a	b	c	d	e	f
67	68	69	6A	6B	6C	6D	6E	6F	70
g	h	i	j	k	l	m	n	o	p
71	72	73	74	75	76	77	78	79	7A
q	r	s	t	u	v	w	x	y	z

Símbolos y números

21	22	23	24	25	26	27	28	29	2A
!	"	#	\$	%	&	'	()	*	
2B	2C	2D	2E	2F	30	31	32	33	34
+	,	-	.	/	0	1	2	3	4
35	36	37	38	39	3A	3B	3C	3D	3E
5	6	7	8	9	:	;	<	=	>

Capítulo V

Estrategia de Medios

5.1. Objetivos

- Alcance de personas: 550,000 personas al término de la campaña.
- 20,000 seguidores durante el semestre de lanzamiento de nuestro *fanpage* en Facebook.
- 10,000 interacciones al término de la campaña en Facebook.
- 5,000 seguidores al término de la campaña en Instagram.
- 1,000 interacciones al término de la campaña en Instagram.
- 2,000 seguidores al término de la campaña en YouTube.
- 60,000 view's del spot publicitario en YouTube.
- 1,200 descargas del *paper* «Soy Rosácea».
- 45,000 visitas al blog «Soy Rosácea».
- 6,000 jóvenes universitarios que participen en las charlas de Bioderma.
- Entrega de 250,000 volantes de la campaña a cargo de Bioderma en Inkafarma en Lima.
- Generar una tasa de *Engagement Rate* del 10 %, con nuestro público objetivo en el uso de la plataforma digital.

5.2. Mix de medios

La campaña será un mix de medios *online* y *offline*, que se va a centrar en invertir en medios tradicionales, porque estas plataformas están más cerca de nuestro público objetivo.

Cuadro N.º 5

Medios	Inversión
Facebook	S/9,600.00
Instagram	S/11,200.00
YouTube	S/27,200.00
<i>Display Banner Web</i>	S/4,600.00
Radio	S/18,240.00
Vía Pública	S/17,420.00
Total inversión	S/88,260.00

Fuente: Elaboración propia

5.3. Medios *offline*

5.3.1. *Branding.*

Gráfico N.º 20



Fuente: Elaboración propia

5.3.2. Polos Publicitarios

Gráfico N.º 21

Mujer



Hombre



Fuente: Elaboración propia

5.3.3. Radio

Radio Studio 92, emisora peruana de música juvenil en inglés y en español, con canciones de género pop, electro, hip hop, reguetón y pop latino. Es parte del Grupo RPP. El spot tiene la simpatía de los jóvenes que escuchan esa emisora, porque la pieza publicitaria tiene la rapidez de las canciones de los programas ahí emitidos.

5.3.4. Prensa escrita

La publicidad estará presente en el periódico Perú21, diario del Grupo Comercio que cuenta con una gran lectoría. Asimismo, se ha considerado a Publimetro, por ser un medio gratuito y que es distribuido en distritos de NSE ABC.

Gráfico N.º 22



Fuente: Elaboración propia

Arte:



Fuente: Elaboración propia

5.3.5. *Trade marketing* - Plan de contingencia

Las acciones de *trade marketing*, se realizarán dentro de un centro comercial de alto tráfico como Real Plaza Primavera, donde se llevará un consultorio médico dermatológico, que dará atención a todas las personas que deseen conocer más sobre la Rosácea. Este consultorio móvil tendrá especialistas de la marca Bioderma y se repartirán artículos de *merchandising* de la campaña.

Gráfico N.º 23



Fuente: Elaboración propia

5.3.6. Vía pública

Se contratará a la empresa publicitaria *Clear Channel*.

Pantallas Digitales. La pantalla digital estará ubicada en un lugar muy visible, por el distrito donde nuestro público objetivo transita.

- Avenida *Pershing* con Avenida

Salaverry. **Distrito:** Jesús María

Lugar bastante concurrido, que elevará las visualizaciones de la campaña «Soy Rosácea».

Gráficos N.º 24

Panel – Vía Pública

Panel 1:

Fuente: Elaboración propia

Panel 2:



Fuente: Elaboración propia

Panel 3:



Fuente: Elaboración propia

Panel 4:

Fuente: Elaboración propia

5.4. Medios online

5.4.1. Fanpage Facebook (Piezas gráficas).

El inicio de la campaña será en febrero. Se realizarán 1 publicación diaria de lunes a viernes en la mañana, una publicación el sábado, y dos publicaciones el domingo (mañana y noche). De esta manera, se hará un total de 8 publicaciones semanales, 32 mensuales.

Post N.º 1:

PRIMERA PARTE: El *post* mostrará *tips* interesantes de cómo hacer ejercicios suaves para mantenerse todo el día con una energía positiva. Para eso daremos consejos y algunos datos que se debe tomar en cuenta en la vida diaria.



Fuente: Elaboración propia

Post N.º 2:

Facebook será una ventana interesante para dar consejos de alimentación saludable para las personas que padecen de esta enfermedad. Sobre todo, de alimentación a base de frutas, que son ricas en vitaminas y fibras.

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Soy Rosácea'. The page header features the text 'JUNTOS CONTRA LA ROSÁCEA' and 'Campaña de sensibilización en Lima'. A central post from 'Soy Rosácea' (17 hours ago) contains the following text: 'Para mejorar la #Rosácea no solo contamos con la ayuda de los cosméticos. También, podemos darle un impulso a través de la mejora de nuestra alimentación. Y para que ayude a afrontar la enfermedad, necesitas cumplir con una dieta que sea equilibrada y balanceada. #SoyRosácea www.soyrosacea.com'. Below the text is an image of a bowl of sliced watermelon. The right sidebar shows community statistics, including 'A 55 personas les gusta esto' and '55 personas siguen esto', along with contact information and a phone number '987 654 321'.

Fuente: Elaboración propia

Post N.º 3:

En el *fanpage*, se expondrá todo con respecto a lo que uno, con la enfermedad, debe saber, en este caso la forma de evitar diversos ciclos climáticos como el invierno que agudiza un poco la enfermedad en la epidermis de la piel del rostro. Y daremos las recomendaciones adecuadas para esos momentos.



Fuente: Elaboración propia

Post N.º 4:

Debemos siempre aprender a ejercitarnos diariamente, si tenemos la enfermedad, y para ello usaremos el *fanpage* de Facebook «Soy Rosácea», con nuevos consejos sobre ejercicios pertinentes, que te ayuden a controlar la enfermedad.

The image shows a screenshot of the Facebook page for 'Soy Rosácea'. The page features a blue header with the Facebook logo and the page name 'Soy Rosácea'. Below the header, there is a navigation bar with options like 'Página', 'Inicio', 'Admin', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas', and 'Más'. The main content area displays a post from 'Soy Rosácea' dated 16 hours ago. The post text reads: 'Hay que aprender a diferenciar entre los deportes o ejercicios que requieren un gran esfuerzo y los que requieren un esfuerzo moderado, siendo estos últimos los más indicados para las personas que sufren de #Rosácea. Además de ser más "amables" con la enfermedad, también son saludables a largo plazo, por ser menos agresivos con las articulaciones... www.soyrosacea.com'. Below the text is a photo of three people looking out over a cityscape. The right sidebar contains information about the page, including contact details (phone number 917 834 628), a link to the website, and a list of languages (English, Spanish, French, German). The bottom of the page shows interaction options like 'Me gusta', 'Comentar', and 'Compartir'.

Fuente: Elaboración propia

Post N.º 5:

SEGUNDA PARTE: El *fanpage* mostrará mensajes intensos como el de «La Rosácea no discrimina», para lograr captar atención, y desarrollar un concepto de lucha contra la enfermedad, ya que este mal le puede dar a cualquier persona, sin discriminar el tipo de piel.

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Soy Rosácea'. The page header includes navigation options like 'Página', 'Bande...', 'Admini...', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herra...', 'Más', 'Configuración', and 'Ayuda'. The main content area features a post by 'Soy Rosácea' published by 'Jorge Alberto Flores Inga' on July 4th at 13:33. The post text reads: 'LA #ROSÁCEA NO DISCRIMINA. La #Rosácea es una enfermedad de la piel que produce que nuestro rostro se vuelva de color rojo. A veces puede parecer acné, pero no lo es, y por el momento sus causas se desconocen. Esta afección cutánea, se padece todo el año, pero lo cierto es que la rosácea empeora durante el invierno, haciendo las lesiones más evidentes y visibles. 🙄 🙄 #SoyRosácea www.soyrosacea.com'. Below the text is a large pink graphic with the text 'LA ROSÁCEA NO DISCRIMINA' and illustrations of two people's faces. The footer of the graphic includes '#SoyRosácea' and the website 'www.soyrosacea.com'. The right sidebar contains a 'Comunidad' section with 117 likes and 120 followers, an 'Información' section with a phone number '957 936 628' and a 'Transparencia de la página' section.

Fuente: Elaboración propia

Post N.º 6:

En esta segunda parte, postaremos información importante sobre datos de la enfermedad. Siempre actualizando conforme aumente las investigaciones en varias casas de estudios. Para este tipo de *post*, iremos investigando y consultado a los especialistas sobre lo último en investigación sobre la Rosácea.

The image shows a screenshot of a Facebook post from the page 'Soy Rosácea'. The post is dated July 4th at 19:18. The main text of the post reads: 'Más de 600,000 peruanos podrían sufrir de esta enfermedad. #SoyRosácea www.soyrosacea.com'. Below the text is a large pink graphic with the text '600,000 PERUANOS TIENEN ROSÁCEA' and the hashtag '#SoyRosácea' at the bottom. The Facebook interface includes a left sidebar with navigation options like 'Inicio', 'Información', 'Eventos', 'Fotos', 'Videos', 'Comunidad', 'Grupos', and 'Publicaciones'. The right sidebar shows engagement statistics: 'A 117 personas les gusta esto y 120 personas lo siguen', and sections for 'Comunidad', 'Información', and 'Transparencia de la página'.

Fuente: Elaboración propia

Post N.º 7:

Una de las informaciones más importante de nuestra campaña «Soy Rosácea», es que 2 de cada 100 peruanos, tienen Rosácea en su rostro, algo que se debe comunicar por todos los medios posibles, y nuestro *fanpage* no quedará ajeno a ello.

The image shows a screenshot of the Facebook page for 'Soy Rosácea'. The page header includes navigation options like 'Página', 'Bande...', 'Admini...', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herra...', 'Más', 'Configuración', and 'Ayuda'. The main content area features a post from 'Soy Rosácea' published by Jorge Alberto Flores Inga on July 4th. The post text states: 'El dermatólogo Dr. José Aparcana, explicó, «en el Perú, en el año 2016, se hizo un pequeño estudio en un hospital y se determinó que había una prevalencia del 2 % en los pacientes que acudían a los servicios dermatológicos; es decir, 2 de cada 100 personas, podrían o van a presentar la enfermedad, aproximadamente», un dato para tomar en cuenta.' The post includes the hashtag #Rosácea, #SoyRosácea, and the website www.soyrosacea.com. Below the text is a large pink graphic with a white outline of Peru and the text 'DOS DE CADA 100 PERUANOS TIENEN ROSÁCEA'. The page also shows a sidebar with navigation links (Inicio, Información, Eventos, Fotos, Videos, Comunidad, Grupos, Publicaciones) and a right-hand column with community statistics (117 likes, 120 followers) and page information (phone number 997 936 628, page creation date June 10, 2019).

Fuente: Elaboración propia

Post N.º 8:

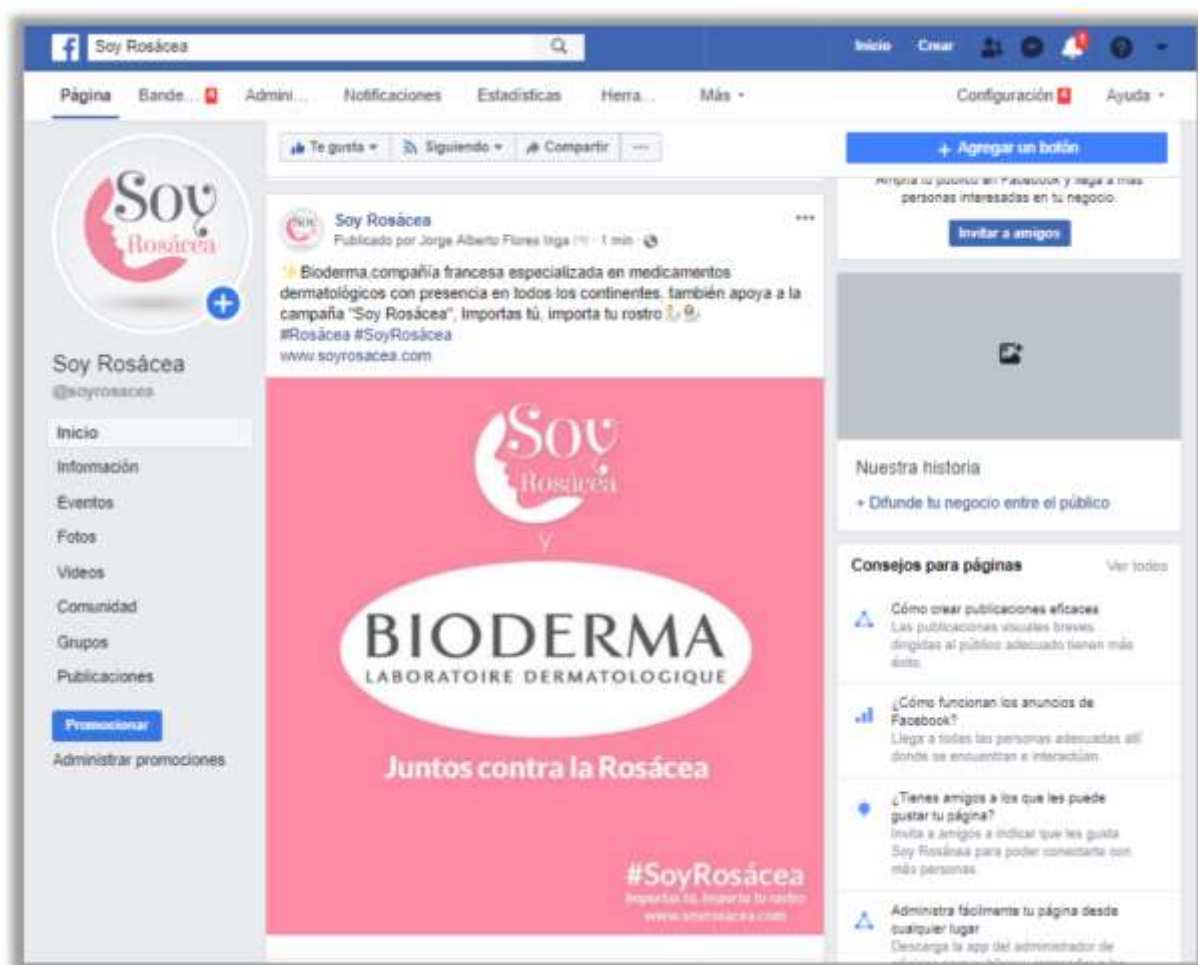
«Juntos contra la Rosácea», será un mensaje que unirá a todos nuestros seguidores, sean personas que tengas esta enfermedad, familiares, amigos, o personas que están interesadas en conocer más sobre ella. Toda Lima estará unido contra la Rosácea.

The image shows a screenshot of a Facebook post from the page 'Soy Rosácea'. The post is titled 'Ahora todo #Lima está unido contra la #Rosácea. Por eso, es importante generar la sensibilización en los ciudadanos sobre una enfermedad #dermatológica que podría afectar a cualquier persona sin discriminar su género, edad o color de piel.' The post includes the hashtag #SoyRosácea and the website www.soyrosacea.com. The main image of the post features the text 'JUNTOS CONTRA LA ROSÁCEA' in large white letters on a pink background, with many small red icons of people. Below the main image, it says '#SoyRosácea' and 'Inscríbete al grupo de apoyo al rosácea www.soyrosacea.com'. The post has 58 likes and 19 interactions. The right sidebar shows page information, including 117 likes, 129 followers, and contact details like the phone number 997 935 638.

Fuente: Elaboración propia

Post N.º 9:

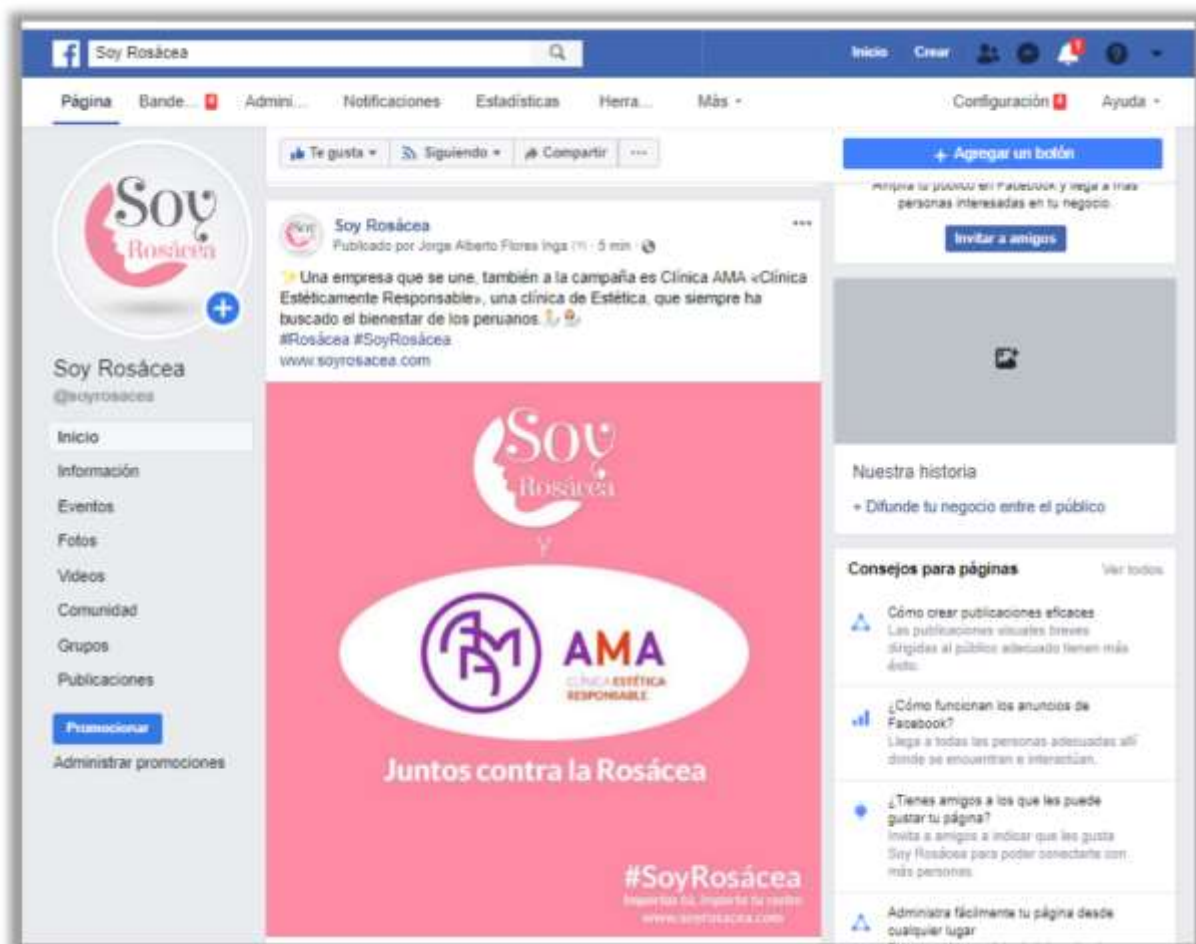
TERCERA PARTE: El *fanpage* mostrará a las empresas que apoyan y están presentes en la campaña «Soy Rosácea». En este caso Bioderma, una compañía francesa especializada en medicamentos dermatológicos, que ayuda a mejorar la piel de millones de personas en el mundo.



Fuente: Elaboración propia

Post N.º 10:

El *fanpage* mostrará a las empresas que apoyan y están presentes en la campaña «Soy Rosácea». En este caso Bioderma, una compañía francesa especializada en medicamentos dermatológicos, que ayuda a mejorar la piel de millones de personas en el mundo.



Fuente: Elaboración propia

5.4.2. Instagram

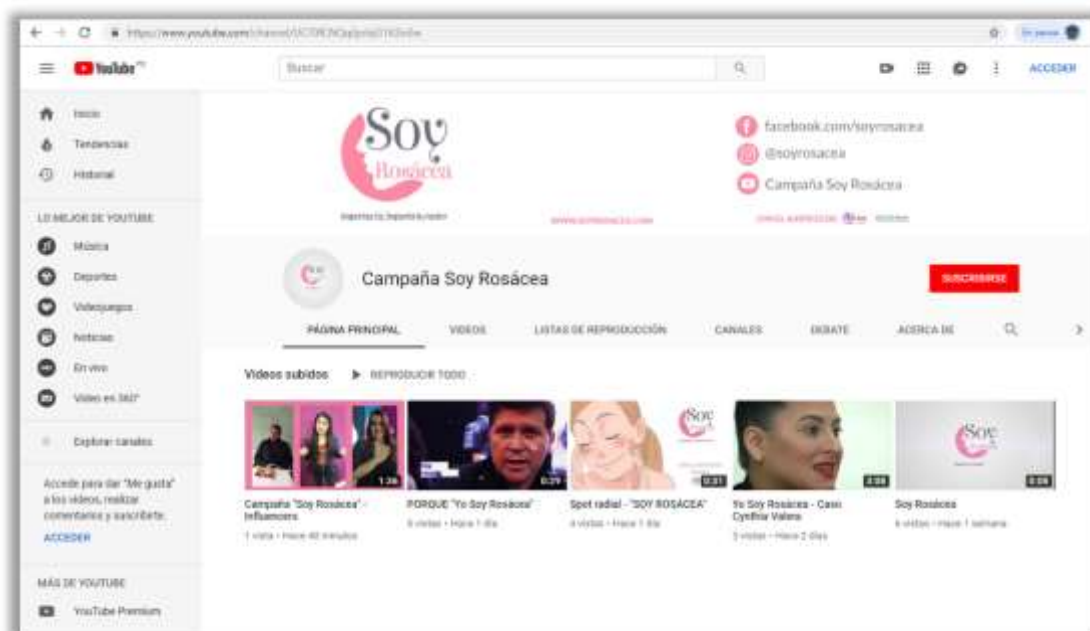
Se creó una cuenta en *Instagram* con el nombre de «Soy Rosácea». Cabe resaltar que el *Instagram* es una red social que está en auge y que los jóvenes más ingresan día a día. Esta red irá en aumento año tras año, y va ganándole terreno al Facebook.



Fuente: Elaboración propia

5.4.3. YouTube

El canal de YouTube de «Soy Rosácea», tiene todos los videos de la campaña, y transmitirá en vivo todas las acciones que se hagan en el transcurso de los meses que hagamos ferias, eventos, cruzadas, reuniones, entre otras actividades.



5.4.4. Paper

Archivo digital que los usuarios podrán descargar con información asociada y de beneficio para quienes sufran de rosácea: tips, consejos y más.

Mockup Paper





Arte Paper Interior:

ROSÁCEA

¿Qué es?
Trastorno crónico, progresivo que se ve reflejado en la piel principalmente facial provocado por la inflamación de los vasos sanguíneos. Algunos otros síntomas incluyen irritación de los ojos, sensación de escozor o picazón en la cara, piel engrosada y nariz inflamada.

¿Qué ocurre en tu piel?

- Con el tiempo, aparecen los vasos sanguíneos visibles.
- Sin tratamiento, se convierten en lesiones y granos.
- En casos avanzados, la nariz puede hincharse, y engrosarse la piel, el pelo también puede modificarse.

¿Cuál es el origen?
Puede aparecer en cualquier momento, aunque es más común a partir de los 30 años. Aparece como erupción en los mejillas, la nariz, la barbilla o la frente. Aves también en el cuello, el pecho, el cuero cabelludo y los ojos, puede aparecer de manera intermitente.

¿A quién afecta?
Aproximadamente a la mitad de los adultos entre 20 y 60 años. **INCIDENCIA MÁS FRECUENTE EN MUJERES**

¿Cómo afecta la Rosácea?

- 74 % de las personas con esta afección sufren problemas de autoestima.
- 41 % tienden a evitar compromisos sociales.

¿Qué es "Soy Rosácea"?
Campaña social de sensibilización sobre la enfermedad de la Rosácea en la ciudad de Lima, a uno de los públicos más vulnerables en nuestra sociedad, las jóvenes de 18 a 25 años. Lo que se hará, es generar alianzas estratégicas con clínicas y laboratorios dermatológicos, para lograr otros aspectos de comunicación dentro de los medios periodísticos a través de esta enfermedad. Una enfermedad que merece tener la atención que debe tener.

Soy Rosácea
Ingeniería SI, Ingeniería tu rostro

Síguenos en nuestra red social:
Facebook, Instagram, Twitter

Fuente: Elaboración propia

Arte Paper Exterior:

Recomendaciones

Cuidado (Limpiar)
La limpieza debe ser adecuada en la piel de la cara, mañana y noche, frotando en la rutina de toda persona con cuidado.

Cuidado (Hidratación)
Hay que hidratar la piel de la cara, así le aportaremos el agua que necesita.

Cuidado (Alimentación)
Además debes seguir una alimentación saludable, rica en vitaminas, antioxidantes. Evitando factores desencadenantes a un nivel como la falta de alcohol, el tabaco, los cambios bruscos de temperatura, el frío y calor intenso, los cambios calientes, muy especiados o picantes.

"SOY ROSÁCEA"

Contáctanos
+51 987 654 321
+51 987 654 321

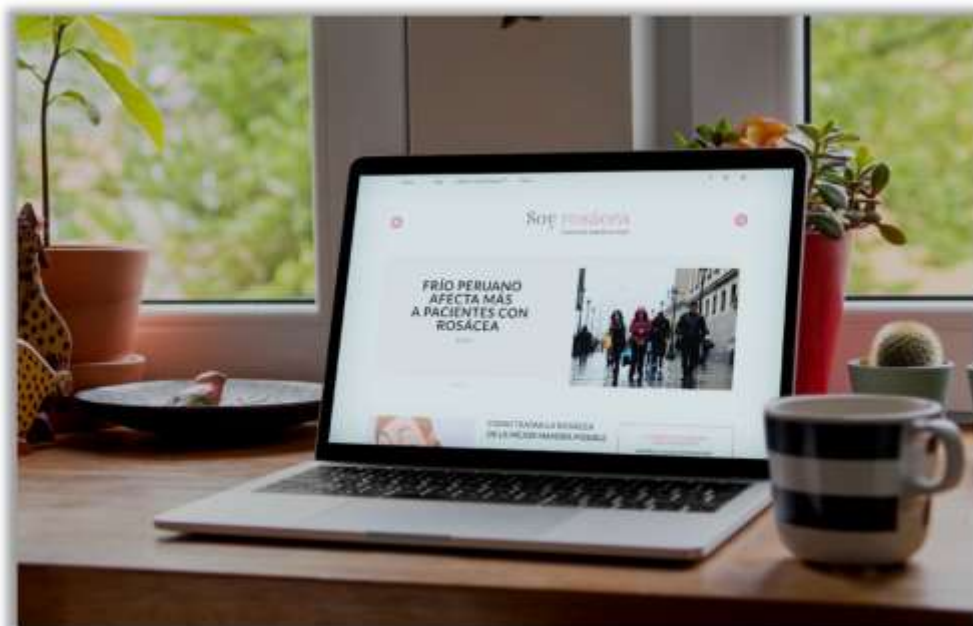
Campaña social de sensibilización "Soy Rosácea"
www.soyrosacea.org

Fuente: Elaboración propia

5.4.5. Blog

El blog de la campaña «Soy Rosácea», tendrá varios campos informativos, y se irá colocando mucha información sobre la enfermedad, se va a incluir varios consejos de cuidados del rostro, como cuidar la piel, notas periodísticas, fotografías, eventos, entre otros.

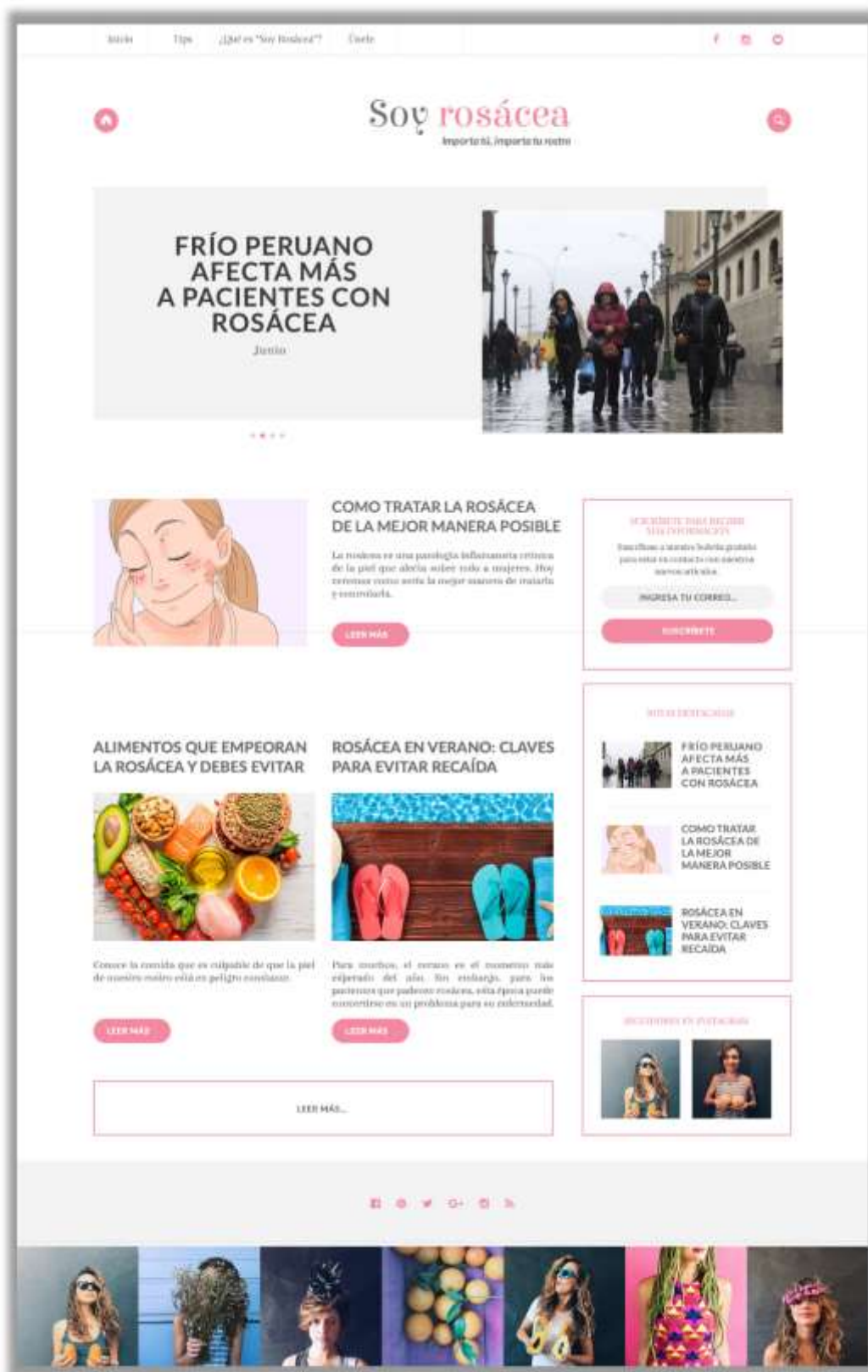
Gráfico N.º 25



Fuente: Elaboración propia

Blog (Estructura completa)

Gráfico N.º 26



Fuente: Elaboración propia

5.4.6. Packaging.

Con el auspiciador principal se otorgará mensajes mediante un añadido en el *packaging*, un cintillo con el logo «Soy Rosácea». Asimismo, se otorgará información mediante datos y cifra que refuerce la campaña de la mano de la línea Sensibio de Bioderma en sus diversos puntos de venta, tanto en MiFarma como Inkafarma.



Fuente: Elaboración propia

5.4.7. Display Banner Web.

Se colocará *display banner* en dos páginas web: El Comercio y La República, dos medios con muchas visitas y visualizaciones diarias. Con esto lograremos llegar a un gran número de personas que buscan información actualizada y constante.

Web El Comercio

Gráfico N.º 27



Fuente: Elaboración propia

Web La República

Gráfico N.º 28



Fuente: Elaboración propia

5.5. Relaciones Públicas

Objetivos

- Posicionar la campaña «Soy Rosácea» en los distintos medios de comunicación (diarios, TV y radio) como una problemática que enfrentan los peruanos el día de hoy.
- Convocar a diversos *stakeholders* para la difusión de la campaña en redes sociales.
- Convocar a los medios de prensa a las diversas campañas de prevención que se realicen de manera conjunta con los aliados estratégicos.

Vocero

Tendremos como vocero de campaña al doctor que pertenece al staff de la marca Bioderma Tomás Borda, para difundir la campaña y dar las cifras estadísticas de esta problemática. Este doctor es especialista en piel.

Medios Periodísticos

Radio Programas del Perú (RPP)

Exitosa Radio

Radio Capital

ATV+

Best Cable

Revistas

Somos de diario El Comercio

Trome (Semanario)

Salud y Belleza

Caretas

Hola!

Revista Universitaria «EN LÍNEA» - mes julio – Pág. 13

La revista «En Línea», es la única revista universitaria de la Universidad Tecnológica del Perú (UTP), que tiene información sobre actividades universitarias, política nacional e internacional, y distintos temas que son de importancia universitaria.



ACTIVIDADES PET

BACHILLERES FACO EN CAMPAÑA CONTRA LA ROSÁCEA

INVIERNO IMPLICA RIESGO. JÓVENES PROPENSOS A ESTE MAL QUE AFECTA LA AUTOESTIMA Y LA CALIDAD DE VIDA, INCLUYENDO LOS ESTUDIOS

La rosácea es una enfermedad de la piel el cual genera que nuestra rostro se vuelva color rojo. A veces puede parecer acné, pero no lo es. Sus causas se desconocen aún. Esta afección cutánea se produce todo el año, pero empeora durante el invierno, haciendo las lesiones más evidentes y visibles. El clima seco y frío, ducharse con aguas muy caliente, son grandes enemigos de la rosácea en esta época del año.

Por ello, es vital sensibilizar a la opinión pública sobre los estragos de esta enfermedad. «Soy Rosácea», organizada por Bachilleres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP, Yamirza Guerrero Pichardo y Jorge Flores Inga (parte del Programa PET de situación), es la primera campaña social sobre la rosácea que se realiza en Lima y habla a un público joven, el más vulnerable. El Dr. José Aparacaca, dermatólogo, explicó que el 2006, en Perú se hizo un estudio y se determinó prevalencia del 2% en pacientes que acudían a servicios dermatológicos; 2 de cada 100 personas podrían o van a presentar la enfermedad.

Ante los primeros síntomas, debes ponerle en manos de un dermatólogo para un seguimiento específico de tu piel. Aunque en el país haya un invierno intenso, el clima cambia y el sol puede aparecer, eso incide en el rostro por lo tanto, no debes de dejar de hidratarte bien la piel y aplicar protección solar. Cabe mencionar: si sufres de rosácea, es importante mantener el rostro siempre limpio e hidratado, para que el control del espejo disminuya sus consecuencias.

«SOY ROSÁCEA»
Ante este panorama, incremento de la enfermedad de la rosácea en Perú, los bachilleres de la FACO, Universidad Tecnológica del Perú, junto al laboratorio forense especializado en medicamentos de la piel, Bioderma, desarrolló la campaña social «Soy Rosácea. Impera tu rostro», que sensibiliza sobre la enfermedad, a jóvenes. Según el psicólogo Luis Viches, del Centro de Salud Mental Honorio Delgado, «la mayor cantidad de personas que presentan esta enfermedad tienen serios problemas de autoestima. Los jóvenes son fáciles [trágicos] a problemas de esta naturaleza porque el rostro es vía para otorgar en relación con otras personas. La alteración en su estructura física genera interacciones con su salud mental».

La Rosácea

Fuente: Elaboración propia

Publmetro del 9 de agosto – Pág. 3



ROSÁCEA ¿Qué es?

Podría ser rosácea

¿Qué ocurre en la piel?

Las lesiones de rosácea se manifiestan en la piel de la cara, especialmente en la nariz, mejillas y barbilla. Pueden ser: eritema (rojo), papulopústulas (acné), telangiectasias (vasos sanguíneos dilatados) y queratosis foliculares (puntos negros).

¿Cómo afecta?

La rosácea puede afectar a cualquier persona, pero es más común en personas con piel clara y sensible. También puede afectar a personas con piel oscura y sensible.

¿Cuándo sucede?

Puede aparecer en cualquier momento, incluso en niños. A veces aparece en los meses de invierno, cuando el clima es más frío y seco.

¿A quién afecta?

Afecta a personas con piel clara y sensible, especialmente a las mujeres. También puede afectar a personas con piel oscura y sensible.

Manifestación Rosácea

1. Eritema (rojo)

2. Papulopústulas (acné)

3. Telangiectasias (vasos sanguíneos dilatados)

4. Queratosis foliculares (puntos negros)

Fuente: Elaboración propia

5.6. Influencer

Los *influencer* serán personas mediáticas importantes, que, a través de su mensaje, acercará la problemática de la enfermedad a todas las personas que aún la desconocen. También se tendrán influencers del ámbito periodístico, que se unirán a la campaña «Soy Rosácea».

PERIODISTAS

Imagen N.º 9



Mávila Huertas

En 1992, empezó como reportera de investigación. Integró el equipo de Contrapunto en Latina y más adelante trabajó con César Hildebrandt en el programa La Clave. Realizó reportajes para América Noticias y Primera Edición.

Followers en Instagram: 233,131

Fans en Facebook: 142,731

Imagen N.º 10



Milagros Leiva

Estudió Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Lima. Trabajó en diario El Comercio, RPP, Canal N, América Televisión y Radio Exitosa. Tuvo un programa en RPP TV llamado «Todo se sabe» y en RPP Radio «Conexión». Condujo el noticiero «ATV Noticias Edición Matinal», en ATV.

Followers en Instagram: 55,223

Fans en Facebook: 98,501

Imagen N.º 11



Hannelise Martínez Arellano

Periodista, reportera principal de Exitosa TV, se reincorporó al equipo periodístico de ese medio hace ya un año luego de haber sido figura principal en un medio televisivo de Puno, es una joven periodista, carismática y muy influyente en las redes sociales.

Followers en Instagram: 3,252

Fans en Facebook: 2,910

MÉDICO

Imagen N.º 12



Dr. Tomás Borda

El médico Tomás Martín Borda Noriega (nacido en Lima, en 1964) es egresado de la Facultad de Medicina de la Universidad San Martín de Porres. **Segunda Opinión** es un programa *talk show* presentado por el médico-cirujano, quien presenta informes sobre la salud e interactúa con el público.

Followers en Instagram: 4,686

Fans en Facebook: 73,000

CANTANTES**Imagen N.º 13****Rafo Ráez**

Rafael Adolfo Ráez Luna (Lima, 5 de septiembre de 1968), más conocido como Rafo Ráez, es un productor discográfico, cantautor, y antropólogo peruano graduado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM).

Followers en Instagram: 9,959

Fans en Facebook: 93,060

Imagen N.º 14**Fabiola de la Cuba**

intérprete de música peruana, propone una fusión entre la música criolla y ritmos modernos, actualmente realiza presentaciones a nivel nacional e internacional.

Followers en Instagram: 1,805

Fans en Facebook: 34,912

Imagen N.º 15



Wendy Sulca

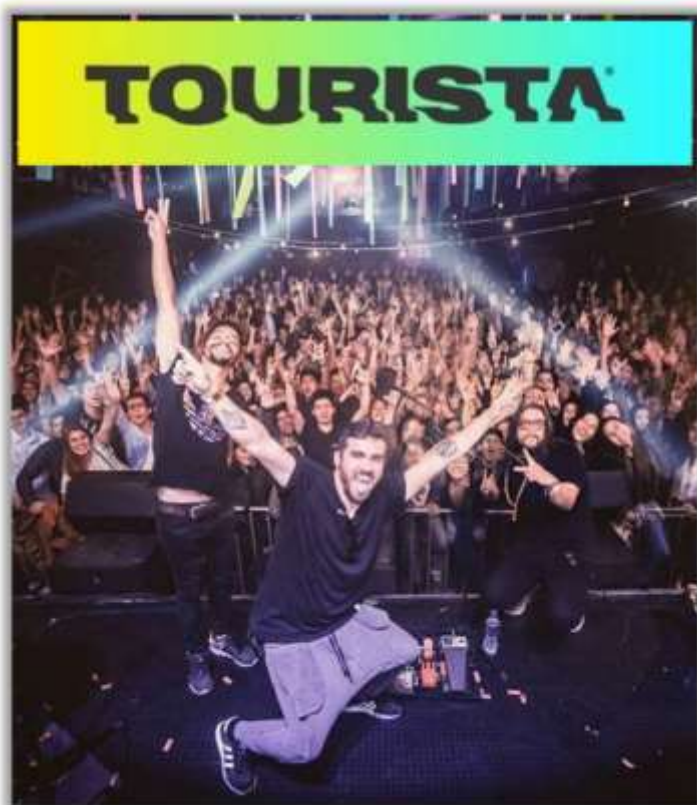
Cantante y actriz peruana de huayno, pop latino, folk y reguetón, conocida inicialmente por exposición mediática alcanzada por sus videos virales musicales, publicados en el sitio YouTube.

Followers en Instagram: 78,699

Fans en Facebook: 93,081

BANDAS

Imagen N.º 16



TOURISTA

Rui Pereira (Voz/Guitarra), Sandro Labenita (Batería/Coros), David Acuña (Guitarra), Genko (Sintes, Melódica y Bajo electrónic).

Así quedó consolidada la banda, una propuesta catalogada por algunos medios como «Indie Pop» y «Dance Rock».

Followers en Instagram: 48,195

Fans en Facebook: 105,381

Imagen N.º 17



Alejandro y María Laura

Dueto peruano de música formado en el 2009 e integrada por los cantautores Alejandro Rivas y María Laura Bustamante. En el 2011 lanzaron «Paracaídas», su primer álbum.

Followers en Instagram: **17,298**

Fans en Facebook: **98,501**

Imagen N.º 18



Manuel Hidalgo (Libido)

Más conocido como Manolo Hidalgo, es un músico y compositor peruano, conocido por ser el guitarrista principal de la emblemática banda de rock Libido.

Followers en Instagram: **59,194**

Fans en Facebook: **65,076**

Contacto

Para tener una mejor retroalimentación con nuestro público objetivo, colocaremos un correo de campaña que será: soyrosacea@gmail.com; también vamos a invitar a que la población limeña se sume a esta campaña, colocando sus datos completos para tener una base de datos.

5.7. Nota de Prensa

Gráfico N.º 28

Soy Rosácea
Importas tú, importa tu rostro

soyrosacea@gmail.com
www.soyrosacea.com

f y o i

Nota de prensa

Realizarán Primera Campaña Social sobre la Rosácea en Lima

Patología dermatológica, se caracteriza por el enrojecimiento de la piel en la cara.

La rosácea es una enfermedad de la piel que produce que nuestro rostro se vuelva de color rojo. A veces puede parecer acné, pero no lo es, y por el momento sus causas se desconocen.

El dermatólogo Dr. José Aparcana, explicó que, «en el Perú, en el año 2016, se hizo un pequeño estudio en un hospital y se determinó que había una prevalencia del 2 % en los pacientes que acudían a los servicios dermatológicos; es decir, 2 de cada 100 personas, podrían o van a presentar la enfermedad, aproximadamente», un dato para tomar en cuenta.

«Soy Rosácea»
Frente a este panorama, y por el incremento de la enfermedad de la Rosácea en el Perú, bachilleres en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú (UTP), junto al laboratorio francés, especializada en medicamentos de la piel, Bioderma, desarrollan la campaña social: «Soy Rosácea "Importas tú, importa tu rostro"», que busca sensibilizar sobre la enfermedad a jóvenes, debido que, la rosácea vulnera la autoestima. En este tema, el psiquiatra Luis Vilchez, del Centro de Salud Mental "Honorio Delgado" dijo, «la mayor cantidad de personas que presentan esta enfermedad, traen serios problemas de autoestima. Los jóvenes son muy lábiles [frágiles] a presentar problemas de esta naturaleza porque justamente el rostro es una forma de poder entrar en relación con otras personas y la alteración en su estructura física genera inconvenientes con su salud mental». La comunidad no es consciente de todo esto, por ello es de vital importancia sensibilizar a la opinión pública sobre los estragos de esta enfermedad en nuestra sociedad. «Soy Rosácea» es la primera campaña social sobre la rosácea que se realiza en Lima, Perú, y que habla a un público joven que es el más vulnerable a esta enfermedad.

Para más información contactarse con **Yasmina Guerrero y Jorge Flores Inga.**

Con el auspicio de:

BIODERMA
Laboratorio Dermatológico

AMA

CONTACTO:
992784990 / 997936628

SITIO WEB: www.soyrosacea.com

E-MAIL: soyrosacea@gmail.com

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VI

PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO

6.1. Programación de actividades (ROAD MAP)

El *ROAD MAP*, mostrará el despliegue de la campaña mes a mes, empezando desde febrero, y culminando en el mes de mayo, tendrá una duración de 4 meses, donde abril será el mes central.


Gráfico N.º 29



Fuente: Elaboración Propia

6.2. Calendario de campaña

Cuadro N.º 8

Plan de Medios				
Medios online				
	Febrero	Marzo	Abril (mes central)	Mayo
Lanzamiento de web 				
Lanzamiento de blog «Soy Rosácea»				
SOCIAL MEDIA				
Facebook				
Instagram				
YouTube				
Display Banner				
Medios offline				
Panel digital (Clear Channel)				
Efectimedios (Metropolitano)				
Spot Radial (RPP)				
Relaciones Públicas (RR. PP.)				
Publicación PR Diario (Perú21)				
Publicación PR Diario (Publimetro)				
Entrevista PR Radio (Exitosa)				
Campaña «Soy Rosácea» en Inkafarma y Bioderma				

Fuente: Elaboración Propia

6.3. Presupuesto de campaña

Medios *online*

Cuadro N.º 9

Medios <i>digitales</i>	Cantidad de post	Costo por post	Costo total	Tiempo de campaña	Total
Facebook	8	S/300.00	S/2,400.00	4 meses	S/9,600.00
Instagram	8	S/350.00	S/2,800.00	4 meses	S/11,200.00
YouTube	4	S/1,700.00	S/6,800.00	4 meses	S/27,200.00
Display Banner	2	S/585.00	S/1,170.00	4 meses	S/4,680.00
Costo Total					S/52,680.00

Fuente: Elaboración Propia

Presupuesto *online*:

	Porcentaje	Total
FACEBOOK	18 %	S/9,600.00
INSTAGRAM	21 %	S/11,200.00
YOUTUBE	52 %	S/27,200.00
DISPLAY BANNER	9 %	S/4,680.00
TOTAL	100 %	S/52,680.00

Medios *offline*

Cuadro N.º 10

Spot en radio	Cantidad	Costo unitario	Tiempo de campaña	Costo total
Radio RPP	80	S/228.00	1 mes	S/18,240.00
Pantalla Digital (Clear Channel)	1	S/9,000.00	1 mes	S/9,000.00
Efectimedios (Bastidor de hall de ingreso)	1	S/8,420.00	1 mes	S/8,420.00
Costo Total				S/35,660.00

Fuente: Elaboración Propia



Inversión total

Online + Offline:

S/88,340.00 (100 %)

Online (60 %): S/52,680.00

Offline (40 %): S/35,660.00

Fuente: Elaboración Propia

Administrativos

Cuadro N.º 10

Producción	Cantidad	Costo unitario	Tiempo de campaña	Costo total
Diseñador	1	S/1,500.00	4 meses	S/6,000.00
Community Manager	1	S/1,500.00	4 meses	S/6,000.00
Editor y realizador de videos	1	S/1,500.00	4 meses	S/6,000.00
Consultor PR	1	S/5,000.00	4 meses	S/20,000.00
Desarrollo de Plataforma Web + hosting + dominio. (Incluye mantenimiento)	1	S/7,500.00	1 mes	S/7,500.00
Costo Total				S/45,500.00

Fuente: Elaboración Propia

Plan de Contingencia

Cuadro N.º 11

Plan de contingencia				
Producción	Cantidad	Costo unitario	Tiempo de campaña	Total
Alquiles de stand	2	S/2,600.00	1 mes	S/5,200.00
Anfitrionas	2	S/1,400.00	1 mes	S/2,800.00
Personal de atención	2	S/1,400.00	1 mes	S/2,800.00
Vestuario anfitrionas	4	S/40.00	1 mes	S/160.00
Vestuario personal	4	S/50.00	1 mes	S/200.00
Útiles: Lapiceros	3 millares	S/0.45	1 mes	S/1,350.00
Paper informativo	3 millares	S/0.29	1 mes	S/870.00
Merchandising: Llaveros con espejos	500	S/0.94	1 mes	S/470.00
Costo Total				S/13,850.00

Fuente: Elaboración Propia

Producción (audiovisual)

Cuadro N.º 12

Producción	Cantidad	Costo unitario	Total
Guionista	1	S/1,500.00	S/1,500.00
Productor general	1	S/3,000.00	S/3,000.00
Director	1	S/3,500.00	S/3,500.00
Jefe de producción	1	S/1,500.00	S/1,500.00
Coordinador de producción	1	S/1,000.00	S/1,000.00
Asistente de producción	1	S/1,000.00	S/1,000.00
Director de iluminación	1	S/1,500.00	S/1,500.00
Operador de Cámara	2	S/3,000.00	S/6,000.00
Asistente de Cámara	1	S/1,200.00	S/1,200.00
Sonidista	1	S/1,500.00	S/1,500.00
Supervisor de Sonido	1	S/1,500.00	S/1,500.00

Equipo de Vestuario, Maquillaje y Peinado	1	S/1,500.00	S/1,500.00
Estudio/Grabación Alquiler de Estudio	1	S/2,000.00	S/2,000.00
Música (Derechos y Performances)	1	S/1,000.00	S/1,000.00
Viajes/Transporte Fletes Estacionamiento	12	S/100.00	S/1,200.00
Imprevistos	1	S/3,000.00	S/3,000.00
TOTAL			S/31,900.00

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N.º 13

Medios Publicitarios	S/88,340.00
Gastos Administrativos	S/45,500.00
Plan de Contingencia	S/13,850.00
Producción Audiovisual	S/31,900.00
Monto final	S/179,590.00

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N.º 14

	SHARE	SOLES
Medios Publicitarios	49 %	S/88,340.00
Gastos Administrativos	25 %	S/45,500.00
Plan de Contingencia	8 %	S/13,850.00
Producción Audiovisual	18 %	S/31,900.00
TOTAL	100 %	S/179,590.00

Fuente: Elaboración Propia



Del presupuesto total de la campaña:

El 85 % del costo (S/152,651.50) será financiado por nuestro auspiciador **Gold**, en este caso, **BIODERMA**. Por otro lado, nuestro auspiciador **Silver** auspiciará el 15 % de la campaña (S/26,938.50), en este caso la Clínica Estética **AMA**.

Conclusiones

- La enfermedad de la Rosácea, en la ciudad de Lima, es una enfermedad poco conocida, y no solo eso, como vemos debido a este desconocimiento muchas veces las personas que lo padecen no cuentan con los tratamientos adecuados ni la información adecuada para enfrentarlo. Muchas veces, también, se confunde con el acné; teniendo esto como resultado, que la enfermedad real (Rosácea) empeoré por esta confusión.

- El Estado peruano ha generado sensibilización en varios temas médicos (VIH, TBC, H1N1, etc.), pero particularmente con la enfermedad de la Rosácea, y específicamente en jóvenes universitarios, no. Esta enfermedad nunca ha tenido una campaña de sensibilización en el Lima, ni con el Estado, ni con las empresas privadas.

- La investigación sobre la enfermedad de la Rosácea, no ha sido impulsada por el Estado. Como vemos en la investigación en el punto 2.2.8. Aspecto legal.

Reglamento de la Ley N.º 29698, Ley que declara de Interés Nacional y Preferente Atención el Tratamiento de personas que padecen Enfermedades Raras o Huérfanas, y que tienen un origen desconocido en la mayoría de los casos y conllevan a múltiples problemas sociales; en este caso, la Rosácea es una enfermedad que podría aplicar a este grupo, por los problemas, porque hay muy poca investigación al respecto en el sentido médico; sin embargo, no está dentro de ella. Ahora si hablamos en el sentido comunicacional, no existe campaña social de sensibilización en Lima en la categoría *marketing 360°*.

- La campaña social de sensibilización «SOY ROSÁCEA», es la primera campaña que lucha contra esta enfermedad en Lima, y desea generar interés frente a esta enfermedad, no solo para las personas que son tratadas diariamente por dermatólogos, sino para aquella que no tienen la enfermedad y no comprenden de qué se trata. Con esta campaña, lo que se busca generar es empatía con las personas que lo padecen.

- Rosácea es una enfermedad incurable, que hasta ahora no hay causas exactas de por qué se adquiere la enfermedad, y que día a día va en aumento. Por ello, una campaña de sensibilización sobre este mal, es muy importante para contrarrestar la desinformación de esta enfermedad en Lima, y partiendo desde ahí, poder crecer, e invertir en informar a nivel nacional.

Recomendaciones

1. La enfermedad de la Rosácea está en aumento día a día, por eso el Gobierno debe en lo posible crear mecanismo, campañas, sobre esta enfermedad, tanto de información, como preventiva y de salud (descarte).
2. Las leyes peruanas no atienden como debe ser a esta enfermedad, se recomienda que la enfermedad de la Rosácea aparezca en la agrupación de las enfermedades raras, que sí tienen un porcentaje del presupuesto de salud nacional. La rosácea debe estar dentro de este grupo, para que así tenga la solvencia económica que necesitaría para, con una campaña social como la que se presenta en el presente trabajo, modificar actitudes y atender mejor a las personas que lo padecen.
3. Las personas que sufren de la enfermedad de la Rosácea tienen muchos problemas de autoestima, depresión y otros problemas de salud mental, si bien es cierto este tema es un tema médico, las universidades con carreras en comunicación deben presentar a este tipo de temas, cómo temas para ser estudiadas en investigaciones sociales, tanto como informativas, como de preventivas, o de otra índole. Como se sabe hay demasiadas campañas sobre enfermedad comunes y conocidas, pero no hay por enfermedades como la Rosácea; no solo debe haber investigación científica sobre esta enfermedad (donde las facultades de medicina tienen el papel de hacerlo), sino de otro tipo de investigaciones, como las de comunicaciones, desde su punto de vista profesional.
4. Se debe hacer un seguimiento constante a la enfermedad, y a todo lo que se logró con la campaña, índices de audiencia, visitas a las redes sociales, vistas en la página web, etc. E invitar a otros comunicadores a unirse, y desde este trabajo dar espacio a otras ideas con respecto no solo al tema médico de la Rosácea, sino a otras enfermedades tan desconocidas como esta. La abundancia de enfermedades que ameritan ser observadas desde una mirada de las comunicaciones es amplia, e invitar a muchos profesionales del periodismo a desarrollar campañas para este tipo de males es lo que se debe priorizar frente a muchas otras que ya han sido manoseadas hasta el cansancio.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Espinosa A., Labandeira J. (2016), Protocolo de actuación ante la Rosácea en la farmacia comunitaria. *Farmacéuticos Comunitarios* jun 2016, 28-34.

Rodríguez, Myrna y Martínez, José (2011); (8 de mayo de 2019) caso clínico Rosácea Infantil Vol. 20, Núm. 1. recuperado de <https://www.medigraphic.com>

Klein, N. (2002). No logo. El poder de las marcas. Editorial: Booket Temática: Ciencias humanas y sociales | Periodismo y comunicación | Teorías de la comunicación.

María, J. (2011) La realidad inversa, Sociedad y medios: un alegato para una nueva televisión. Ediciones Destino. España

M.J. Gil, J.P. Boixeda, M. Truchuelo, P. Morais (2010). SEMEGEN. Rosácea: rosácea y nuevas alternativas terapéuticas. (Pág. 83-86)

Moore, Simon (2014). *Face Values: Global Perceptions Survey Report*. Recuperado de <https://www.kasocio.com/wp-content/uploads/2014/10/71400551-face-values-original.pdf>

Molina A., Londoño A., Escobar S., Benitez M. (2012). Guía clínica para el tratamiento de la Rosácea. *Clinical guidelines for the management of rosácea*, 339-355.

Orozco, J. A. (2010). Comunicación estratégica para campañas de publicidad social (Pensar en la Publicidad:). Colombia. Editorial: Universidad Pontificia Bolivariana.

Patricia Troielli, Francisco Otero, José Ríos, Osvaldo Vázquez, Juan Pabón, Ramón Fernández, Ricardo Quiñones, María Barona, André Piancastelli, Margarita Larralde, Daniel Alcalá, Luiz Costa, Esperanza Meléndez, María Molina, Luis Torezan, Vicente Torres (2016). Actualización y recomendaciones para el diagnóstico y tratamiento de la rosácea en

Latinoamérica. Recuperado de: <https://www.medigraphic.com> (Revisado el 30 de marzo de 2019).

Pezo C., Soto R., Rosas C., Fuenzalida M., Lemus D., (2012). Rosácea: Puesta al día, 150-155.

Pintado, T. Sánchez, J. (2017) Nuevas tendencias en comunicación estratégica. 4.º edición actualizada y ampliada. Editorial ESIC Business&Marketing&School.

Troielli, P. (3 de mayo de 2019). Actualización y recomendaciones para el diagnóstico y tratamiento de la Rosácea en Latinoamérica. Recuperado de <https://www.medigraphic.com/>

Tirado, Jorge (2007). Educación Médica Continua. Rosácea. Clasificación, diagnóstico y tratamiento. Pág. 6, recuperado de http://sisbib.unmsm.edu.pe/BVRevistas/dermatologia/v17_n1/pdf/a02v17n1.pdf

WEB

Campañas de marketing social exitosas: ejemplos (2019). *Social Marketing*. Recuperado de <https://neetwork.com/campanas-de-marketing-social-mas-exitosas/>

(FEAD) Fundación Española del Aparato Digestivo (2019). Dermatólogo alerta del aumento de casos de rosácea, especialmente de su forma más severa. Recuperado de <https://www.saludigestivo.es/dermatologo-alerta-del-aumento-de-casos-de-rosacea-especialmente-de-su-forma-mas-severa/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/> (30 de abril de 2019).

RAE Real Academia Española (3 de mayo de 2019). APA Style. Recuperado de <https://dle.rae.es>

Revista Merca2.0, Mercadotecnia Publicidad Marketing Noticias (2017). Revista mensual y digital de marketing, mercadotecnia, publicidad, medios, investigación de mercados, promoción y diseño. Recuperado de <https://www.merca20.com/category/campanas-sociales/>

Revista Trimestral Farmacéuticos Comunitarios (2016). Sociedad Española de Farmacias Familiar y Comunitaria. Recuperado de https://www.farmaceuticoscomunitarios.org/es/journal-article/protocolo-actuacion-ante-rosacea-farmacia-comunitaria-0/full?fbclid=IwAR30PE6Rkad2kE-As6Upv4oylyoj9MWA_-tzlOjfCmUfwDsBwnKlI5uomxk

Rosácea (2010). Sobre la enfermedad de la Rosácea, CACE. Recuperado de www.caceglobal.org

Tendencias de Social Media que están triunfando en 2019 (2019). Hotmart Blog. Recuperado de <https://blog.hotmart.com/es/tendencias-de-social-media/>

Traducción y terminologías médicas. (1999-2019). Infomed - Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas. Recuperado de <https://temas.sld.cu/traduccion/2014/11/24/etario-o-etareo/>

DIARIOS

Razón, La. La rosácea afecta a una de cada diez argentinas. Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/ciencia/la-rosacea-afecta-a-una-de-cada-diez-argentinas-nid1019230> (Revisado el 30 de marzo de 2019).

REVISTA

QUO «Revista virtual sobre salud» (2 de mayo de 2019). APA Style. Recuperado de <https://www.quo.es>

Anexos**Carta de compromiso N.º 1****BIODERMA**

BIODERMA
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

CARTA DE COMPROMISO

Por medio de la presente, aceptamos la solicitud del bachiller Jorge Alberto Flores Inga y la bachiller Yasmira Guerrero Pichardo, en participar de la tesis denominada: **"CAMPAÑA SOCIAL DE CONCIENTIZACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE LA ENFERMEDAD DE LA ROSÁCEA EN LIMA"**, la misma que será desarrollada por ellos, como parte de su trabajo de tesis para la obtención del título profesional de Licenciados en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú (UTP).

Destacamos el proyecto a desarrollar por los bachilleres en beneficio de la información y concientización sobre esta enfermedad, que es poco conocida, y reafirmamos nuestro compromiso con la sociedad apoyando este tipo de proyectos.

Miraflores, 9 de abril de 2019



Carlos Zingirre Beshiki
Gerente de Marketing
BIODERMA

Calle Pórtico Lord Cochena 234 - Miraflores Lima - Perú
Central: 011 221 4400
www.bioderma.com

Carta de compromiso N.º 2

CLÍNICA ESTÉTICA AMA



**HOLA, SOMOS AMA Y
QUEREMOS LO MEJOR
PARA TI.**

CARTA DE COMPROMISO

Por medio de la presente, aceptamos la solicitud del bachiller Jorge Alberto Flores Inga y la bachiller Yasmína Guerrero Pichardo, en participar en la tesis denominada: "SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA ROSÁCEA, EN JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LIMA METROPOLITANA EN EL AÑO 2019", la misma que será desarrollada por ellos, como parte de su trabajo de tesis para la obtención del título profesional de Licenciados en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Tecnológica del Perú (UTP).

Destacamos el proyecto a desarrollar por los bachilleres en beneficio de la información y sensibilización sobre esta enfermedad, que es poco conocida, y Aesthetic Medical Anti-aging (AMA), como Clínica Estéticamente Responsable, reafirma nuestro compromiso con la sociedad apoyando este tipo de proyectos.

San Isidro, 01 de abril de 2019

GRUPO MEDICO AMA S.A.S.
Shirley I. Pantoja Campos
GERENTE GENERAL

Dra. Shirley Isabel Pantoja Campos
Gerente General
Grupo Medico AMA

Av. del Parque Sur N° 325 Corpac - San Isidro
Tel: 225 3732 Cel: 992 762 425
www.clinicaama.com.pe
www.amaclinicapestetica.com

Encuesta

Rango de edad (debe marcar solo una)

- a) 18 a 25 años b) 26 a 35 años c) 36 a 45 años d) 46 a más

1- ¿Cuáles son las enfermedades de la piel que usted conoce? Opción múltiple

- a) Acné b) Vitíligo c) Rosácea d) Psoriasis

2- ¿Tiene problemas o ha tenido problemas en la piel de su rostro?

- a) Sí c) No Para los que contestaron que sí

¿Qué tipo de problema ha tenido? Opción múltiple

- a) Manchas en el rostro
b) Lunares en el rostro
c) Enrojecimiento del rostro
d) Heridas en el rostro
e) Acné en el rostro

3- ¿Conoce usted sobre la enfermedad de la Rosácea?

- a) Sí b) No Para los que contestaron que sí

¿Qué es la Rosácea? Opción múltiple

- a) Es acné en el rostro
b) Es el enrojecimiento del rostro
c) Es la picazón de todo el cuerpo
d) Son heridas en la piel
e) Son manchas en el cuerpo
f) Es un cáncer de piel
g) Son lunares en el rostro

¿Qué tanto sabe de la Rosácea? 1 es un conocimiento mínimo y 5 es un conocimiento alto

- a)1 b)2 c)3 d)4 e)5

4- ¿Sabía usted que la Rosácea puede enrojecer su rostro, y puede dañar su visión?

- a)Sí b)No

5- ¿A quiénes les puede dar Rosácea? opción múltiple

- a) A cualquier persona
b) Solo a las personas que viven en la sierra
c) A las personas con las defensas bajas
d) Es una enfermedad hereditaria
e) Quien tenga contacto con personas con Rosácea

6- ¿Qué hace cuando ve a una persona con Rosácea?

- a) Me alejo por temor a contagiarme
b) No me incomoda, pero no hago nada al respecto
c) Me genera curiosidad su situación
d) Me da pena su situación
e) Me acerco a la persona y busco la manera de brindarle apoyo

7- ¿Conoce a alguna persona con esta enfermedad? Marque varias opciones si es necesario

- a) Un familiar
- b) Un amigo
- c) Un compañero del trabajo
- d) Un compañero de la universidad
- e) Personas de la calle

8- ¿Considera importante una Campaña Social que eduque sobre la Rosácea en el Perú?

- a) Sí
- b) No

9- ¿Qué nombre de campaña le gusta más, para una enfermedad como la Rosácea?

- a) Juntos contra la Rosácea
- b) Esperanza Rosa
- c) Juntos de Rosa
- d) Mi color Rosa
- e) Otro _____

10 - ¿Conoce a la empresa farmacéutica Bioderma?

- a) Sí
 - b) No
- A los que contestaron que sí

¿Qué es Bioderma? opción múltiple

- a) Una empresa de cosméticos
 - b) Una empresa naturista
 - c) Una empresa dermatológica
 - d) Una empresa farmacéutica
 - e) Una empresa de perfumes
- A los que contestaron que sí

¿Qué opinas que una empresa como Bioderma, se sume una Campaña Social? Marca una opción

- a) Excelente
- b) Muy bueno
- c) Bueno
- d) Regular
- e) Malo
- f) Muy malo

11- ¿Qué herramientas consideras importantes para la difusión? opción múltiple

- a) Conferencias por especialistas dermatólogos
- b) Visitas a colegios y/o universidades
- c) Publicaciones Digitales (*Ebooks*, Revistas, Papers)
- d) Campaña en Medios Masivos (Radio y Televisión)
- e) Investigaciones sobre el tema en el Perú
- f) Despistajes Gratuitos a nivel nacional

12- ¿Cómo te gustaría sumarte a una campaña de lucha contra la Rosácea en el Perú?

- a) Mediante una colecta pública
- b) Compartiendo información en mis redes sociales
- c) Comprando artículos de *merchandising*
- d) Participando de eventos
- e) Otros

13 - ¿Quién te parece mejor opción como influencer de una campaña de la Rosácea en el Lima?

- a) Alejandra Denigri, actriz de TV
- b) Cintia Valera, Maquilladora Profesional
- c) Mera De La Rosa, presentadora, modelo y cantante
- d) Ricardo Pun-Chong, héroe CNN 2018
- e) Tomás Borda, Doctor TV

**Entrevista a profundidad
sobre la enfermedad de la Rosácea
(A ESPECIALISTA EN DERMATOLOGÍA)**

1. ¿Qué es la enfermedad de la Rosácea?
2. ¿Cuáles son las causas que te llevan a tener Rosácea?
3. ¿Qué consecuencias te da el tener Rosácea?
4. ¿Cuánta información estadística hay al respecto de esta enfermedad, en Perú o el mundo?
5. ¿Qué pruebas se hacen para determinar la causa u origen de la Rosácea antes de recomendar un tratamiento concreto?
6. ¿Cuáles son los tratamientos para esta enfermedad?
7. ¿Cómo diferenciar la Rosácea del acné?
8. Sabemos que cada caso es distinto, pero ¿qué de común hay en todas las personas que padecen esta enfermedad?
9. ¿La piel de los peruanos es propensa a contraer la Rosácea? ¿existe algún factor específico? quizá el clima, alimentación, aire contaminado, etcétera.
10. ¿Cuántas personas, en promedio atendió con esta enfermedad en lo que va del año?
11. ¿Es posible eliminar para siempre la Rosácea en todos los casos?
12. ¿Qué cuidados debe seguir, posteriormente el paciente, al ser diagnosticado con Rosácea?
13. ¿Cuáles son los principales avances que destacaría en el diagnóstico y el tratamiento de la Rosácea en los jóvenes adultos?
14. ¿La localización de la Rosácea, solo se da en el rostro? ¿En qué otras partes surge la enfermedad?
15. ¿Hay diferencia entre hombre y mujeres con respecto a esta enfermedad, y porque esa diferencia?
16. ¿Existe un rango de edad predominante en el cual la enfermedad se desarrolle?
17. Se dice que su causa compromete a otras enfermedades ¿existe un sustento?
18. ¿Cómo manejar los problemas psicológicos que trae esta enfermedad? ¿cómo aliviar ese estrés postraumático de la enfermedad, la depresión, la baja autoestima, etcétera?
19. ¿Creen que sería importante hacer una Campaña Social que luche contra la Rosácea en el Perú?

**Entrevista a profundidad
sobre la enfermedad de la Rosácea
(A ESPECIALISTA EN PSICOLOGÍA)**

1. ¿Cuándo la persona tiene la enfermedad de la Rosácea, que consecuencias psicológicas puede traer esta enfermedad?
2. ¿Cuáles son las causas que te llevan a tener problemas de socialización por la Rosácea?
3. ¿Qué consecuencias psicológicas puede generar tener Rosácea?
4. ¿Cuánta información estadística hay al respecto de personas con problemas de depresión con esta enfermedad, en el Perú o el mundo?
5. ¿Qué pruebas se hacen para determinar el grado de depresión por enfermedades dermatológicas como la Rosácea?
6. ¿Cuáles son los tratamientos para luchar y manejar esta enfermedad desde el campo de la psicología?
7. ¿Cómo diferenciar el diagnóstico de cada persona que sufre una enfermedad mental a causa de un problema dermatológico, en este caso como la Rosácea?
8. Sabemos que cada paciente con depresión es distinto, pero ¿qué común denominador tienen todas las personas que padecen depresión por una enfermedad como esta?
9. La piel de los peruanos puede contraer la Rosácea ¿cómo controlar el estrés de los individuos que tienen Rosácea?
10. ¿Cuántas personas, en promedio, atendió con una enfermedad de la piel, el año pasado y en lo que va de este año? (un aproximado)
11. ¿Qué cuidados debe seguir, posteriormente el paciente, al ser diagnosticado con depresión por estos problemas?
12. La localización de la Rosácea, solo se da en el rostro ¿Cómo afrontar la manera como te ven los demás, y manejar la vergüenza o la incomodidad?
13. ¿Hay diferencia entre hombre y mujeres con respecto al manejo psicológico sobre esta enfermedad?
14. ¿Existe un rango de edad predominante en el cual la enfermedad afecte más?
15. ¿Cómo manejar los problemas psicológicos que trae esta enfermedad? ¿cómo aliviar ese estrés postraumático de la enfermedad, la depresión, la baja autoestima, etcétera?
16. ¿Creen que sería importante hacer una Campaña Social que luche contra la Rosácea en el Perú?
17. ¿La Rosácea en su máximo desarrollo, puede generar algún tipo de baja autoestima, que puede causar suicidios? ¿esto es posible?
18. ¿La Rosácea afecta directamente la destrucción de la autoestima, por la forma como te pueden estar mirando otros constantemente, qué hacer al respecto?

ENTREVISTAS STAKEHOLDERS

(Versión completa)

Dr. Giuliana Nieto (35)

Médica dermatóloga

Rosácea.

«La Rosácea es una enfermedad crónica, con causas aún no conocidas; sin embargo, hay factores de riesgo, dentro de ellos puede haber algún tipo de relación de herencia, quizá, abuelos, papás etc., tiene que ver también con el estrés, o emociones fuertes o situaciones de estrés extremas. Se ha visto un incremento de la enfermedad en el país por el tipo de alimentación, ya que, al consumir mucho ají, el licor, el cigarrillo, entre otros».

Donde se genera.

«La enfermedad se genera sobre todo en el rostro, en el área centro facial: llámese mejillas, entrecejos, dorso de nariz y barbilla».

Cómo controlar la enfermedad.

«Hay que tener estilo de vida saludable, una alimentación adecuada, y realizar constantemente ejercicios».

Su relación con el cáncer.

«La rosácea no está relacionada con el cáncer».

El ácaro de la Rosácea.

«En esta enfermedad, está involucrado un ácaro que es el demodex que es un parásito que produce plurito (picazón en el rostro) y le gusta posarse en el borde inferior de las pestañas, produciendo una inflamación en los párpados conocido como blefaritis o inclusive en la misma conjuntiva».

Cuidados.

«Dentro de los cuidados que deben seguirse, es evitar todo lo que pueda dar calor al rostro, lavarse con agua fría o temperatura ambiente, no ingerir ají, licor, ni fumar, son los cuidados principales que se le indica al paciente, deben usar protector solar siempre sea verano o invierno; recuerden que la piel con rosácea tiene mayor foto sensibilidad, es decir la piel es más sensible a la exposición al sol».

Diagnóstico.

«El diagnóstico de la Rosácea es básicamente clínico, lo que sí se puede hacer para diagnosticar la presencia o no del ácaro, es un raspado de piel, o también mediante la dermatoscopia, un equipo que magnifica el tamaño de las lesiones, donde se puede ver mejor el problema de la piel».

Tratamiento.

«En cuanto al tratamiento, hasta ahora no hay ningún tipo de tratamiento que cure la Rosácea, eso sí los dermatólogos lo tenemos bien claro. La rosácea se controla, más no se cura».

Inicio de la enfermedad.

«Dentro de mi experiencia, todos los que inician con la enfermedad generalmente tienen un trasfondo emocional, se les sugiere actividades físicas, porque está comprobado que las actividades físicas ayudan muchísimo a controlar el estrés y si veo que el paciente con esto no mejora, se le indica que debe visitar a un terapeuta que le ayude a controlar sus emociones».

Estadística.

«Lo que va de del año, debo haber atendido entre 25 a 30 pacientes con Rosácea».

Sobre como informar.

«Lo que tenemos que hacer es implicar a las personas con una cultura de prevención, de qué manera se puede prevenir no solamente la rosácea sino otras enfermedades tratando de manejar el estrés, porque hay muchas enfermedades relacionadas con el estado emocional como el vitíligo, la Rosácea, la soriasis, dentro de lo relacionado con los problemas de la piel».

Dr. Carlos Fernando Rodríguez Flores - Médico Dermatólogo
(Servicio de Dermatología, Hospital Cayetano Heredia
Universidad Peruana Cayetano Heredia)

1. ¿Qué es la enfermedad de la Rosácea?

Dermatosis fotoexacerbada inflamatoria crónica de la unidad pilosebácea.

2. ¿Cuáles son las causas que te llevan a tener Rosácea?

Desencadenantes ambientales y predisposición genética.

3. ¿Qué consecuencias te da tener rosácea?

Cambios cutáneos agudos y crónicos.

4. ¿Cuánta información estadística hay al respecto con esta enfermedad, en el Perú o el mundo?

Pregunta ambigua.

5. ¿Qué pruebas se hacen para determinar la causa u origen de la rosácea antes de recomendar un tratamiento?

No se hacen pruebas, sino una buena anamnesis. El Diagnóstico es clínico.

6. ¿Cuáles son los tratamientos para esta enfermedad?

No farmacológicos y farmacológicos. Depende del estadio.

7. ¿Cómo diferenciar la Rosácea del acné?

Ausencia de comedones.

8. Sabemos que cada caso es distinto, pero ¿qué común denominador tienen todas las personas que padecen esta enfermedad?

Vasodilatación, inflamación y angiogénesis.

9. ¿La piel de los peruanos es propensa a contraer la rosácea? ¿Existe algún factor específico? Quizá el clima, alimentación, aire contaminado, etcétera.

Sí. El principal factor en el Perú es la alta radiación ultravioleta.

10. ¿Cuántas personas, en promedio, atendió con esta enfermedad, el año pasado y en lo que va de este año? (un aproximado)

100.

11. ¿Qué cuidados debe seguir, posteriormente el paciente, al ser diagnosticado con Rosácea?

Evitar radiación ultravioleta. Evitar irritantes tópicos. Evitar alimentos desencadenantes.

12. ¿Cuáles son los principales avances que destacaría en el diagnóstico y el tratamiento de la rosácea en los jóvenes adultos?

Tratamiento de las consecuencias crónicas estéticas con terapia Laser vascular.

13. ¿La localización de la rosácea, solo se da en el rostro? ¿En qué otras partes surge la enfermedad?

Hay Rosácea fuera de rostro. Tronco y brazos. Es poco usual.

14. ¿Hay diferencia entre hombre y mujeres con respecto a esta enfermedad, y porque esa diferencia?

Solo una diferencia estadística, pero no significativa.

15. ¿Existe un rango de edad predominante en el cual la enfermedad se desarrolle más? Entre 30 a 50 años.

16. ¿Cómo manejar los problemas psicológicos que trae esta enfermedad? ¿cómo aliviar ese estrés postraumático de la enfermedad, la depresión, la baja autoestima, etcétera? Con una buena relación médico paciente.

17. ¿Creen que sería importante hacer una Campaña Social que luche contra la rosácea en el Perú?

No.

18. ¿La rosácea en su máximo desarrollo, puede generar algún tipo de cáncer?

No.

19. ¿La rosácea afecta directamente la degeneración de otros órganos del cuerpo?

La rosácea afecta a piel y ojo. Parte de la Rosácea es ocular y cutánea.

Mayra Alejandra Mostajo Machado (32) - Psicóloga

¿Cuándo la persona tiene la enfermedad de la Rosácea, que consecuencias psicológicas puede traer esta enfermedad?

Las consecuencias psicológicas que pueden traer esta enfermedad varían de acuerdo al carácter de cada persona, como llevan o manejan el estrés o sus niveles de ansiedad.

No existe algo que determine las consecuencias para todas las personas que sufren esta enfermedad. Lo común es que estas personas tienden a estresarse más rápido, suelen ser más ansiosas, tienen dificultades para relacionarse con los demás, puesto que, su autoestima tiene niveles bajos esto les impide tener la seguridad y confianza para interactuar con otras personas.

¿Cuáles son las causas que te llevan a tener problemas de socialización por la Rosácea?

Justamente la dificultad con la autoestima hace que no tengan la seguridad, esto puede llegar a extremos en los cuales ni siquiera interactúen con su propia familia; es un problema obviamente en el rostro, el cual es nuestra presentación para establecer el primer contacto con las personas, al no sentirnos seguros ya no tenemos todas las herramientas y tampoco sabemos manejarlas adecuadamente al momento de interactuar con otras personas.

Es importante recordar que la Rosácea es una enfermedad, bien algunas personas lo catalogan como un acné crónico. El mayor porcentaje de las personas que sufren esta enfermedad son las mujeres.

¿Qué consecuencias psicológicas puede generar tener Rosácea?

Las personas que tienen esta enfermedad van a tener tendencia a la introversión, tener una fobia social; una situación embarazosa, una situación difícil para ellos, lo van a reconocer con un miedo excesivo, que es totalmente desproporcionado con la situación que ellos están experimentando en ese momento.

¿Cuánta información estadística hay al respecto de personas con problemas de depresión con esta enfermedad, en el Perú o el mundo?

Si hablamos de porcentajes la depresión a causa de esta enfermedad, no es muy numeroso. En Latinoamérica las personas que se atienden con problemas dermatológicos y llegan por un problema de Rosácea es de 2.8 % del total de las personas que se atienden por un problema en la piel. Mientras que en el Perú estamos hablando de un promedio 1.8 % a 2 %.

Una vez que la persona está diagnosticada y acuden a un tratamiento psicológico o psiquiátrico, va a depender mucho de la cultura de la persona, en lo que ellos piensan. En nuestra sociedad, específicamente en Perú, todavía no hay una concientización sobre la salud emocional, lo que genera que no siempre estos casos sean tratados.

¿Qué pruebas se hacen para determinar el grado de depresión por enfermedades dermatológicas como la Rosácea?

Si nos enfocamos en el grupo que realiza el tratamiento, sigue una serie de pasos.

Primero se realiza una evaluación, esta evaluación que se realiza a las personas que llegan por falta de socialización, autoestima baja, aislamiento, etc. se les aplica dos tipos de pruebas: psicométricas y proyectivas. Las psicométricas, usualmente se aplica un inventario de presión de BEX o un cuestionario de estrés percibido de Leventing. También las pruebas proyectivas suelen aplicar el test del hombre bajo la lluvia, este test en realidad es bastante rico, tiene mucha información y nos permite ver como la persona afronta las frustraciones, como puede salir de un problema y como utiliza las herramientas.

De esta manera se evalúa a la persona y se ve como están estos niveles, se le hace un perfil y según ello sigue un tratamiento.

¿Cuáles son los tratamientos para luchar y manejar esta enfermedad desde el campo de la psicología?

El tratamiento en realidad va a variar de acuerdo al enfoque que tiene el psicólogo; los más utilizados es el cognitivo conductual y actualmente está cogiendo bastante espacio La Terapia Racional Emotiva Conductual (TREC). El tratamiento que se aplique dependerá del especialista.

Si el tratamiento se lleva con un psiquiatra debido a la gravedad del caso, usualmente estas personas son diagnosticadas con: trastorno de ansiedad social, trastorno de depresión, cuadros obsesivos y dismorfia, debido a que el miedo a que esta enfermedad vuelva a salir llevan a tener conductas fóbicas compulsivas y estas personas tienen que tener un cuidado.

¿Cómo diferenciar el diagnóstico de cada persona que sufre una enfermedad mental a causa de un problema dermatológico, en este caso como la Rosácea?

Es cierto que la enfermedad es un determinante; sin embargo, las circunstancias que se ha presentado anteriormente de que se presente la Rosácea como: estrés, ansiedad; generando que les cueste mucho sobrellevar algunas situaciones. Esta enfermedad de la piel repercute en un malestar subjetivo de su calidad de vida, es decir en todo momento están al pendiente de eso y a su vez hace que la enfermedad continúe. En algunos casos cuando están recibiendo el tratamiento psicológico o psiquiátricos también les hacen un test de somatización porque muchas veces los problemas emocionales nosotros los transmitimos a través de nuestro cuerpo, esto es un tema emocional que se tiene que trabajar.

Sabemos que cada paciente con depresión es distinto, pero ¿qué común denominador tienen todas las personas que padecen depresión por una enfermedad como esta?

Si leemos distintos autores, la Rosácea no es una enfermedad en sí, sino es una reacción que tiene el cuerpo, en la adolescencia o en la pubertad, viene del problema del acné volviéndose en un problema crónico y ya con los determinantes sociales o como llevamos nuestra vida hace que se vuelvan crónico.

Sugerir una campaña exactamente por la Rosácea no soy participé, soy participe de una campaña para atender los problemas emocionales, campañas donde las personas puedan aprender a identificar sus emociones, sus características, por qué son estas emociones, ante qué situación, cómo actuar... con todo lo que estamos viendo sabemos

que es urgente trabajar en la salud mental y todos los enfoques que se trabajan desde los más pequeños tiene un peso emocional bastante fuerte.

Si bien ahora no se siente bien, yo estimo que en unos cinco años estaremos mucho más concientizados en que el trabajo emocional es muy importante. Así como puede ser la Rosácea pueden ser otras enfermedades las que tenemos y de repente no enfermedades físicas, sino otras circunstancias donde va a depender mucho como nosotros sobrellevemos esto y eso es salud mental. Ahora las campañas usualmente se trabajan cuando hay un índice alto de personas que están pasando por esto, el índice no es alto de la Rosácea, lo que sí es alto son los problemas de autoestima, de seguridad, de ansiedad, de estrés, qué está situación pueda llevar a un cuadro depresivo, sí, es probable; sin embargo, esto va a depender mucho de la persona que lo está llevando, si ya tenemos a una persona que tiene problemas para afrontar situaciones difíciles, no maneja muchas herramientas para socializar con los demás, ve el medio como un enemigo y no tiene el soporte en la familia, amigos, en las personas más cercanas, es muy probable que haga un cuadro de depresión.

Luis Arturo Vilches Salcedo (56)

Médico Psiquiatra (R.N.E. 12858 CMP 28865)

Centro de Salud Mental Comunitario de Pueblo Libre «Honorio Delgado».

¿Cuándo la persona tiene Rosácea, hay consecuencias psiquiátricas por tener esta enfermedad?

Sí pues, es evidente. La mayor cantidad de personas que presentan esta enfermedad dermatológica, que se produce en la cara presentan problemas psicológicos, y es porque su incidencia desde muy temprana edad les trae problemas de autoestima. Los jóvenes son muy lábiles a presentar problemas de esta naturaleza, porque justamente el rostro es una forma de poder entrar en relación con las otras personas y la alteración en su estructura física le genera inconvenientes en su salud mental.

¿Cuáles son las consecuencias psiquiátricas por tener Rosácea?

Básicamente es depresión, ansiedad y baja autoestima.

¿Cuánta información estadística hay al respecto de personas con problemas de depresión con esta enfermedad, en el Perú o el mundo?

Desconozco específicamente datos estadísticamente sobre enfermedades psiquiátricas por la Rosácea; sin embargo, sé que hay datos y estudios de otros trastornos con apariencia física, de otros tipos de problemas como “la obesidad”, si bien no es un problema dermatológico, tiene que ver mucho con el aspecto físico de las personas, el estudio fue realizado en hombre y mujeres adolescentes, en el que un grupo de personas que tiene este problema, obesidad, entre el 15 % y 20 % pueden presentar depresión y ansiedad.

¿Qué pruebas se hacen para determinar el grado de depresión por enfermedades dermatológicas como la Rosácea?

Lo primero que se hace, es la evaluación clínica y cuando queremos cuantificar el problema se hace un test psicológico.

Sabemos que cada paciente con depresión es distinto, pero ¿qué común denominador tienen todas las personas que padecen depresión por una enfermedad como esta?

Generalmente retraimiento social y en algunos casos más graves problemas de ansiedad social, lo que anteriormente se le llamaban fobias, se retrae, se esconde, se ensimisma en su casa y pierde el contacto social. Eso es lo más grave.

¿Cómo controlar el estrés en los individuos que tienen Rosácea?

La Rosácea no se originan por cuestiones psicológicas, de eso estamos de acuerdo, pero, si pueden influir para que se incremente la enfermedad en el rostro, pero eso no es determinante. Considero que, si los determinantes psicosociales se dan, podría un buen tratamiento psicoterapéutico menguar muchos aspectos relacionados con el incremento de los síntomas de la Rosácea; ahora, en casos más graves cuando ya se asocian a trastornos psiquiátricos, la medicación puede disminuir mucho de los síntomas.

¿Cuántas personas, en promedio, atendió con una enfermedad psiquiátrica por problemas de la piel?

El detalle es que no vienen exactamente por el problema dermatológico, sino que es uno de los factores que acompaña a la gran gama de problemas que tiene la persona mentalmente.

¿Hay diferencias entre hombre y mujeres con respecto al manejo psiquiátrico sobre esta enfermedad?

Se encuentra totalmente demostrado que hombres y mujeres no somos iguales, eso está demostrado, porque obviamente la forma en la que enfrentamos los problemas de salud mental es distinta, nuestro propio género, la estructura de nuestra personalidad es diferente entre hombre y mujeres. Las mujeres siempre son bien dadas a poder contar sus problemas, digamos a solicitar y pedir ayuda, el hombre por su estructura tipo machista, siente que el pedido de ayuda es una merma de su aspecto de debilidad, por ello que el que pide ayuda es menos hombre.

Obviamente que eso era más marcado hace mucho tiempo y las estadísticas ahí son claras, los pacientes que en mayor cantidad vienen a un centro de salud mental son mujeres. Sin embargo, ahora veo más varones que vienen a la consulta, poco a poco se está cambiando en ese aspecto, pero igual siguen siendo las mujeres las que acuden con mayor asiduidad a las citas psiquiátricas.

¿Existe un rango de edad predominante en el cual la enfermedad afecte más?

Sí, en jóvenes. Lamentablemente en nuestra sociedad, existe mucho estigma, discriminación hacia los problemas de salud mental; por ejemplo, el hecho de venir a una entidad que apoya este tipo de problemas genera en la sociedad malestar y la relación de problema de salud mental con locura es muy próxima, esto hace que las personas se alejen. En otros países más desarrollados esto no sucede, van al psiquiatra con naturalidad, no existe el estigma en su cabeza, pero en nuestro país sí. Ahora mientras más temprano vengan es peor, porque el hecho de que lo detecten como "loco" los padres o las personas retrasen la asistencia. La gran cantidad de pacientes indican que los problemas comenzaron desde pequeño y se dan cuenta que los problemas no han iniciado desde hace poco, sino

que han pasado muchos años y eso pasa por las cuestiones estigmáticas que se crean alrededor de la salud mental.

¿Creen que sería importante hacer una Campaña Social que luche contra la Rosácea en el Perú?

Claro, no conozco exactamente la incidencia de Rosácea en el país, pero sé que es un problema frecuente que vulnera la autoestima de la persona que lo contrae. Sé que existen casos graves y ellos se ven vulneradas en su aspecto de presentación. No conozco la incidencia en lo particular, pero más me preocuparía en las consecuencias psicológicas que tiene la personas, muy aparte de los problemas dermatológicos, las consecuencias psicológicas que tienen las personas me parece que son más difíciles de manejar si no se tratan a tiempo.

¿La Rosácea en su máximo desarrollo, puede generar algún tipo de baja autoestima, que puede causar suicidios? ¿esto es posible?

Posiblemente, no podría asegurarle. Si bien ya tenemos estadísticas de muchas otras enfermedades, pero en casos tan especializados como este, todavía no.

¿La Rosácea afecta directamente la destrucción de la autoestima, por la forma como te pueden estar mirando? ¿qué hacer al respecto?

Definitivamente la autoestima está severamente vulnerada, a veces la persona no lo puede afrontar solo, ahora es importante poder decir que existen casos en los cuales se presentan en los jóvenes y la cultura psicológica de un adolescente es frágil, sumamente frágil y peor ahora que existen otros elementos como el *bullying*, o las redes sociales, y eso termina menguando obviamente la autoestima de las personas haciendo que se crean problemas tremendamente serios, y que haga que esta persona no pueda desenvolverse adecuadamente en la sociedad.

Fidel Sebastián Calle Quintana (20) – Paciente con Rosácea

¿Qué es la enfermedad de la Rosácea?

Es una enfermedad dermatológica, de la cual no se sabe mucho su origen exacto, pero que se caracteriza por un enrojecimiento de la piel del rostro, empeorando con la edad.

¿Cuáles son las causas que te llevan a tener Rosácea?

Bueno no se sabe muy bien, pero hay algunas investigaciones han descubierto que se puede producir por un factor genético, las personas caucásicas por su origen tienen predisposición a desarrollar la enfermedad, también dicen que lo puede causar un ácaro que es el *demodex*.

¿Qué consecuencias te da el tener Rosácea?

Consecuencias en la salud, obviamente, porque se deteriora la salud de tu piel, también hay consecuencias psicológicas, ya que te causan mucha depresión. Si se desarrolla mucho la enfermedad, me podría afectar a los ojos y llegar a una ceguera grave.

¿Cuánta información estadística hay al respecto de esta enfermedad?

Bueno en el mundo yo no recuerdo muy bien, pero creo que hay cerca de 20 millones de personas con esta enfermedad. En realidad, es más propenso que sé este mal a las personas de Norteamérica y Europa, y es por sus raíces raciales.

¿Qué pruebas se hacen para determinar la causa u origen de la Rosácea?

Por mi experiencia, para determinar la enfermedad de la Rosácea, el dermatólogo hace una revisión física, con una lupa o un lente de aumento que tienen estos médicos especialistas, también pueden sacar una muestra para verlo en el microscopio, pero generalmente se puede ver a simple vista.

¿Cuáles son los tratamientos para esta enfermedad?

Bueno lo que yo uso mayormente son cremas, también hay antibióticos en forma de cremas, y algunos dermatólogos recomiendan corticoides, pero esto no es conveniente para la enfermedad, es muy desfavorable. También hay pastillas que ingieres diariamente. Pero el tratamiento básicamente se basa en cuidar la piel del rostro, en tratar de que no empeore los síntomas.

¿Cómo diferenciar la Rosácea del acné?

La Rosácea salen como granitos, pero, dentro de ellos no tienen mucho líquido es sobre todo la hinchazón el enrojecimiento, en cambio en el acné sí tiene bastante líquido dentro, y entre los dos puedes diferenciarlo en el color de la piel.

¿La piel de los peruanos es propensa a contraer la Rosácea?

Bueno, la piel de los peruanos es bastante variado, así que, si es propenso a tener Rosácea, porque la mayoría de peruanos tienen climas extremos, frío, calor, etc. Además, la gente en su mayoría no sabe cuidarse, por ejemplo, aquí en Piura, la gente no sabe protegerse del sol, y eso que la radiación aquí es más fuerte que en otros lugares, y no saben cuidarse.

¿Cuántas personas, en promedio conoce con esta enfermedad?

En realidad, este año he visto varias personas con Rosácea, por ejemplo, trabajadores de mi universidad y los vi exponiéndose al sol, en un sol intenso, vis u rostro bien rojo, realmente una pena.

¿Existe un rango de edad predominante en el cual la enfermedad se desarrolle? Yo creo que en la adolescencia se desarrolla más.

¿Creen que sería importante hacer una Campaña Social que luche contra la Rosácea en el Perú?

Sí es muy importante, porque ayudaría a concientizar a las personas de esta enfermedad, porque nadie sabe mucho de esta enfermedad, para que los que tienen aprendan a cuidarse, y para los que no tienen, puedan comprender y aceptar a los enfermos.

Guion de Spot Radial

SPOT RADIAL "Soy Rosácea" Nombre de producto/Servicio: Campaña de Sensibilización sobre la enfermedad de la ROSÁCEA Duración del comercial: 20 segundos Tipo de Comercial: Informativo Música: <i>Remember Me</i> Locutores: Voces (5)		
PARTE DEL PROGRAMA	LÍNEAS	<u>CONTENIDO</u>
Entrada	3 segundos -Sonido melancólico.	----
Presentación	14 segundos -Música en sonido muy bajo.	Voz 1: Nunca pensé que a mí me pasaría esto... Voz 2: Mi rostro se pone muy rojo y me siento mal... Voz 3: Cuando estoy en la calle todos me miran... Voz 4: No importa el clima, siempre estoy con la cara enrojecida...
Acción	1 segundo: Sin música	Voz 1: ¡Tengo Rosácea!
Información	14 segundos: Música en sonido muy bajo.	Voz 5: Sabías que, en el Perú, 2 de cada 100 peruanos podrían tener Rosácea. La Rosácea es una enfermedad que no discrimina.
Final:		Voz femenina: #SoyRosácea «Importas tú, (pausa) importa tu rostro». Mayor información en www.soyrosácea.com [triple w]

Guion de spot digital para presentación de campaña

Sec.	Plano	Imagen	Audio		Tiempo
			Sonido	Texto	
Interior (Set de TV-HD)/Día o Noche	Imágenes de apoyo	Tomas de apoyo de Chicos y chicas viéndose al espejo.	Música de fondo desciende poco a poco.	<p>Jorge: «¿Qué tan importante es nuestro rostro? Para unos el rostro es belleza, para otros es un síntoma de su salud».</p> <p>Yasmina: «Sabía usted que 2 de cada 100 peruanos, sufre la enfermedad de la Rosácea. Y, ¿Qué es la Rosácea?»</p> <p>Jorge: «La rosácea es una enfermedad en la piel, que provoca enrojecimiento en los vasos sanguíneos visibles de la cara».</p>	
Interior (Set de TV-HD)/Día o Noche	Cámara / Plano medio	Toma de frente, mirando a la cámara. Las dos personas paradas con sus polos blancos con isologotipo.	Música de fondo en bajo volumen.	<p>Yasmina: «Esta enfermedad es incurable, y cualquier persona podría padecerlo. Es por ello que nosotros hemos desarrollado, «SOY ROSÁCEA» y nuestro principal objetivo es sensibilizar a la población limeña sobre esta enfermedad poco conocida».</p>	
			Música descendiendo la música poco a poco. Fin: Sale logo interactivo.	<p>Jorge y Yasmina: «SOY ROSÁCEA» "importas tú, importa tu rostro",</p>	

Notas informativas para blog “Soy Rosácea”

Nota 1

Frío invernal afecta más a pacientes con Rosácea

Patología dermatológica, se caracteriza por el enrojecimiento de la piel en la cara ante determinados agentes, como el frío o la exposición solar, entre otros.

La rosácea es una enfermedad de la piel que produce que nuestro rostro se vuelva de color rojo. A veces puede parecer acné, pero no lo es, y por el momento sus causas se desconocen. Esta afección cutánea, se padece todo el año, pero lo cierto es que la rosácea empeora durante el invierno, haciendo las lesiones más evidentes y visibles. El clima seco y frío, ducharse con agua muy caliente, son los grandes enemigos de la rosácea en esta época del año.

El dermatólogo Dr. José Aparcana, explicó, «en el Perú, en el año 2016, se hizo un pequeño estudio en un hospital y se determinó que había una prevalencia del 2 % en los pacientes que acudían a los servicios dermatológicos; es decir, 2 de cada 100 personas, podrían o van a presentar la enfermedad, aproximadamente», un dato para tomar en cuenta.

Cómo cuidarse

Ante los primeros síntomas, debes ponerte en manos de un dermatólogo, para que puedas llevar un seguimiento específico de tu piel. Aunque en el país haya un invierno intenso, el clima puede cambiar completamente y el sol puede aparecer, y eso va a incidir en nuestro rostro; por lo tanto, no salgas de casa sin hidratar bien la piel y aplicar protección solar. Cabe mencionar, si sufres de rosácea, es importante mantener el rostro siempre limpio e hidratado, para que el control del enrojecimiento sea constante. La piel de los párpados es extremadamente sensible a la rosácea en invierno, ante eso es necesario seguir con un cuidado riguroso.

«Soy Rosácea»

Frente a este panorama, y por el incremento de la enfermedad de la Rosácea en el Perú, bachilleres en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú (UTP), junto al laboratorio francés, especializada en medicamentos de la piel, Bioderma, desarrollan la campaña social: «Soy Rosácea “Importas tú, importa tu rostro”», que busca sensibilizar sobre la enfermedad a jóvenes, debido que, la rosácea vulnera la autoestima. En este tema, el psiquiatra Luis Vilchez, del Centro de Salud Mental “Honorio Delgado” dijo, «la mayor cantidad de personas que presentan esta enfermedad, traen serios problemas de autoestima. Los jóvenes son muy lábiles [frágiles] a presentar problemas de esta naturaleza porque justamente el rostro es una forma de poder entrar en relación con otras personas y la alteración en su estructura física genera inconvenientes con su salud mental».

La comunidad no es consciente de todo esto, por ello es de vital importancia sensibilizar a la opinión pública sobre los estragos de esta enfermedad en nuestra sociedad. «Soy Rosácea» es la primera campaña social sobre la rosácea que se realiza en Lima, Perú, y que habla a un público joven que es el más vulnerable a esta enfermedad.

Nota 2:**Rosácea en verano: Claves para evitar una recaída en estas fechas**

Para muchos, el verano es el momento más esperado del año. Sin embargo, para los pacientes que padecen rosácea, esta época puede convertirse en un problema para su enfermedad.

La rosácea en verano se convierte en un problema aumentado para muchos pacientes, debido a que los factores ambientales y ciertos aspectos del estilo de vida de estas fechas, ocasionan vasodilatación y brotes. En la reunión Anual de la Academia Americana de Dermatología el Dr. Richard Odom, profesor de Dermatología de la Universidad de California (San Francisco) hizo referencia a estos aspectos de la rosácea y también destacó que el control adecuado durante todo el año de la enfermedad puede ser un factor protector de brotes graves.

Factores

Una exposición al sol intensa, el calor y el aumento de la actividad física pueden ser desencadenantes de brotes graves de rosácea. De hecho, los pacientes suelen identificar como primer desencadenante de brotes o empeoramiento el sol seguido del calor y por último del ejercicio. Las actividades al aire libre que más a menudo se identifican como factores desencadenantes de la rosácea incluyen running, ciclismo y natación.

En verano son frecuentes las parrilladas al aire libre, el consumo de cítricos, las carnes, los alimentos especiados y aumenta el consumo de bebidas alcohólicas. Todos estos factores contribuyen en mayor o menor medida a provocar nuevos brotes de rosácea o agravar el estado previo. Por tanto, en la rosácea en verano necesita más atención.

Cómo controlarlo

Durante el verano aconsejamos a los pacientes con rosácea a ser especialmente cuidadosos para evitar recaídas. Además de cuidar los hábitos de vida siempre aconsejamos tomar la medicación según lo prescrito y si es posible no interrumpir los tratamientos. Se debe:

- Utilizar un filtro solar facial adecuado para pieles sensibles con un índice 50. El filtro debe volver a aplicarse en caso de exposición solar prolongada.
- Es mejor evitar el sol directo y la exposición en las horas centrales del día cuando la temperatura ambiente es más alta, para evitar una excesiva vasodilatación.
- La actividad física debe realizarse por la mañana temprana y siempre evitando aumentar demasiado la temperatura corporal.
- Evitar las comidas copiosas y especiadas, así como el alcohol.
- No interrumpir el tratamiento prescrito por el dermatólogo, que se habrá adaptado a estas fechas.

Nota 3:

Como tratar la rosácea de la mejor manera posible

La rosácea es una patología inflamatoria crónica de la piel que afecta sobre todo a mujeres. Hoy veremos cómo sería la mejor manera de tratarla y controlarla.

La rosácea es una patología inflamatoria crónica de la piel que afecta a la zona central facial (nariz, barbilla, pómulos y frente). Se presenta con mayor frecuencia en pieles claras, sobre todo a mujeres y en la mediana edad, entre los 30 y los 60 años. Siendo menos habitual, puede afectar a los hombres, en cuyo caso los síntomas suelen ser más graves.

Cuidar tu piel

La limpieza de la piel del rostro debe ser diaria, mañana y noche, básico de cualquier rutina de las personas que padecen la enfermedad, también debes tener ciertas precauciones como evitar el agua demasiado caliente, incluso en la higiene corporal pues el vapor y el calor afectarán también al rostro. Es preferible que optes para la higiene facial por un producto sin aclarado y que ayude a refrescar la piel.

Después de la limpieza, siempre hay que hidratar la piel, así le aportaremos tanto el agua necesaria, como los lípidos que pueda haber perdido por la propia limpieza o de manera natural a lo largo del día. De manera especial lo haremos en pieles que son muy finas y muy secas.

La rosácea se exacerba con la exposición al frío y al calor, con la radiación UVA, UVB e Infrarroja (IR), por lo que deberás proteger tu piel del sol cada día, incluso si está nublado. Las radiaciones solares además afectan a tu piel produciendo sequedad y envejecimiento.

Además

Luego de los cuidados sobre el rostro, es muy importante para tu piel que sigas una alimentación saludable, rica en vitaminas, antioxidantes. También se debe beber mucha agua para mantener una buena hidratación. Se deberá evitar aquellos factores que pueden ser desencadenantes de un brote como la toma de alcohol, el tabaco, los cambios bruscos de temperatura, el frío y calor intensos, las comidas calientes, muy especiadas o picantes.

El estrés y las situaciones emocionales intensas suelen ser también desencadenantes de los brotes de rosácea por lo que deberás, en la medida de lo posible, evitarlos.

Nota 4

La Rosácea en los niños

Tengamos en cuenta que la rosácea es una enfermedad que deja la piel rosa, irritada y más gruesa. Si bien es más frecuente en adultos también se puede dar en algunos pequeños, incluso en los bebés.

Los síntomas que sufren los niños con rosácea son muy parecidos a los de los adultos. Es muy importante que los adultos estén atentos ya que, a primera vista, puede parecer como un rubor natural, pero en realidad se está frente a una enfermedad que debe ser tratada. Es normal que los pequeños que sufren de esta enfermedad se vuelvan reacios a ser tocados o lloran al hacerlo, ya que les arde y les duele.

Síntomas

Entre los síntomas más comunes encontramos una dilatación en los poros del rostro; un enrojecimiento de la frente, nariz y mejilla; presencia de erupciones parecidas a un sarpullido generado por irritación.

Es frecuente que los pequeños que sufran de rosácea tengan hinchazón facial provocando que la superficie de la piel se vuelva bulbosa. En los más pequeños, que aún no tienen correctamente desarrollado su sistema inmunológico, se pueden presentar alergias, rinitis y algunas infecciones.

Ante la presencia de algunos de estos síntomas lo mejor será consultarlo con el médico para evaluar cada caso en particular, pero los padres no deberán asustarse ni preocuparse ya que en la actualidad es un problema dermatológico conocido que cuenta con muchas soluciones disponibles para mitigar y controlar los síntomas.

Protección

En ocasiones los profesionales considerarán necesario recetar algún antibiótico oral o crema que será recetada por ellos. Los pequeños con rosácea tienen una piel delicada, es muy importante que se la proteja de los efectos del sol, es necesario que los rayos solares no le den directamente, en el caso de que deban salir al sol tienen que estar protegidos con un protector solar recomendado por el médico que lo trate.

Nota 5

Ejercicios que pueden ayudarte si tienes Rosácea

Compartimos con ustedes varios ejercicios moderados que te van a ayudar si padeces de Rosácea.

Hay que aprender a diferenciar entre los deportes o ejercicios que requieren un gran esfuerzo y los que requieren un esfuerzo moderado, siendo estos últimos los más indicados para las personas que sufren de rosácea. Además de ser más “amables” con la enfermedad, también son saludables a largo plazo, por ser menos agresivos con las articulaciones y el sistema cardiaco.

Los ejercicios

Yoga. El yoga es una disciplina física, mental y espiritual que pretende transformar tanto el cuerpo como la mente. Su origen proviene de las tradiciones de la India y se cree que comenzó a practicarse hace más de 2000 años. Con el yoga lograrás fortalecer los músculos y mejorar tu flexibilidad. Puedes practicarlo en ambientes abiertos y cerrados, solo o acompañada. Y lo mejor del yoga es que puedes empezar poco a poco sin exigirle demasiado a tu cuerpo. Con tiempo y constancia notarás los resultados.

Tai Chi. Arte marcial más delicado y sutil que podrás encontrar. El tai chi ch'uan fue desarrollado en el imperio Chino y tiene influencias del budismo y el taoísmo. Esta actividad física, al igual que el yoga, intenta conectar el cuerpo con la mente y es practicado tanto como método de defensa personal como por sus propiedades beneficiosas para la salud. Los movimientos en esta práctica son lentos y pausados. Pero no te confundas, no es para nada un ejercicio de ancianos. Es necesario conocer bien tu cuerpo para ser capaz de controlar los movimientos de la manera que esta práctica requiere.

Pilates. El método pilates es una buena opción para aquellas personas que estén preparadas para un ejercicio más potente. En él se mezclan técnicas de la gimnasia, el yoga y la traumatología para fortalecer los músculos y mejorar el control mental. Al igual que el yoga, esta técnica utiliza la respiración y la concentración como arma fundamental. Existen dos tipos de pilates, el de suelo y el de máquinas.

Biodanza. Una buena forma de mantenerte activo y encontrarte con gente que te aporte energía positiva es asistir a clases de biodanza. Esta técnica busca que las personas se relacionen con su naturaleza y sus sentidos a través de la música y el baile. La biodanza puede ser una gran herramienta para conectar contigo mismo y con tu cuerpo al mismo tiempo que despejas tu mente y te dejas llevar. Además de ser muy divertido te ayuda a fortalecer tu autoestima y te da una sensación de libertad y confort que te engancha de verdad.

Gimnasia acuática. Si nadar te parece aburrido, pero por otro lado te encanta estar en el agua, el aquagym puede ser tu ejercicio ideal. Es una técnica relativamente nueva pero que está teniendo mucho éxito debido a los beneficios que tiene trabajar en el agua. Las articulaciones se ven menos afectadas gracias a la hipogravidez (escasa gravedad). Además, la resistencia que presenta el agua frente a los movimientos beneficia la tonificación muscular, produciendo al mismo tiempo un efecto relajante.

Y si ninguna de estas opciones te convence, siempre puedes ir a caminar, ya que es uno de los ejercicios más adecuados y sanos para personas de cualquier edad y condición.

Nota 6

Alimentos que una persona con Rosácea debe incluir en su dieta

Para mejorar con este malestar es fundamental conocer qué alimentos funcionan bien para nuestra dieta diaria.

Para mejorar la rosácea no solo contamos con la ayuda de los cosméticos. También, podemos darle un impulso a través de la mejora de nuestra alimentación. La rosácea es una enfermedad que afecta la piel, sobre todo la de la cara y, en algunos casos, también los ojos. Esta condición provoca hinchazón, enrojecimiento y lesiones cutáneas parecidas a las que produce el acné. Su origen se desconoce, pero existen elementos que incrementan las posibilidades de padecerla. Tales como tener piel, ojos o cabellos claros, ser mujer y tener más de 30 años.

Dieta para mejorar

Para mejorar la rosácea necesitas cumplir con una dieta que sea equilibra y balanceada.

Hortalizas: como en toda dieta, nunca nos deben hacer falta las hortalizas que aportan múltiples vitaminas y nutrientes a nuestro organismo. Eso sí, evita las espinacas, los tomates y los aguacates. **Fibra:** permite desechar una mayor cantidad de toxinas del cuerpo, algo que beneficiará a la piel, por lo que puede mejorar la rosácea. La encontramos en la pasta o arroz integral, la quinua y los granos enteros.

Carnes magras: el pollo y el pescado son muy buenos para la rosácea, pues son más saludables y cuentan una menor cantidad de grasa, motivo por el cual ayudan conservar un bajo nivel de calor corporal. El calor es uno de los agentes desencadenantes de los brotes de esta enfermedad crónica. **Omega 3:** los alimentos ricos en omega 3, tales como los pescados, ejercen una función antiinflamatoria que favorece la disminución de la hinchazón. Puedes consumir nueces, salmón, caballa y germen de trigo.

Bayas: los arándanos, cerezas y moras ejercen en el cuerpo una acción vasoconstrictora. Esta es beneficiosa en el momento de disminuir la inflamación de los vasos sanguíneos que se encuentran debajo de la piel. A su vez, reducen el enrojecimiento.

Cebolla y ajo: aderezar o acompañar tus comidas con cebolla y ajo te permitirá conservar tus intestinos y tu torrente sanguíneo libres de toxinas.

Productos ricos en vitamina A: esta vitamina es esencial para el bienestar de nuestra piel. El pimienta rojo, la zanahoria, la papaya, la zanahoria y el melón son ricos en este elemento.