

## Nota de prensa

# *Sanofi lanza un observatorio digital impulsado por IA que descubre las tendencias en cuidado de la piel*

*La plataforma Real Skininformation analiza conversaciones en RRSS y tendencias virales sobre el cuidado de la piel para ayudar a los dermatólogos a comprender mejor a sus pacientes.*

*Conocer estas tendencias permite a los dermatólogos anticipar dudas, gestionar expectativas y fortalecer la relación con unos pacientes cada vez más influenciados por el entorno digital.*

**Barcelona, 4 de mayo de 2025.** En un momento en que las redes sociales influyen profundamente en los hábitos de salud, nace **Real Skininformation**, una plataforma digital desarrollada por las **compañías biofarmacéuticas Sanofi y Regeneron** para ayudar a los profesionales de la dermatología a entender qué tendencias vinculadas al cuidado de la piel están adoptando los pacientes antes de llegar a la consulta.

Impulsada por inteligencia artificial y contrastada por especialistas internacionales, Real Skininformation analiza miles de conversaciones públicas en redes sociales para detectar patrones de comportamiento, tendencias populares y motivaciones que subyacen en la autoexperimentación dermatológica.

La sección específica dedicada a España revela cómo muchos usuarios están redescubriendo ingredientes tradicionales o prácticas populares bajo el prisma de la comunidad online, lo que pone en evidencia la creciente autoridad que ejercen los microinfluencers sobre las rutinas de *skincare*.

Entre las tendencias más comentadas en nuestro país destacan el consumo de **zum de apio**, al que se atribuyen propiedades desintoxicantes, antiinflamatorias y beneficios para afecciones como la dermatitis atópica; la incorporación de **omega-3** en la dieta, percibida como una vía para mejorar la hidratación de la piel y aliviar síntomas de dermatitis o psoriasis; el uso tópico casero de **aloe vera**, valorado por sus supuestos efectos calmantes, antiacné y antiinflamatorios; y la aplicación de **caléndula**, tanto en cremas caseras como en productos comerciales, para tratar problemas cutáneos como rosácea, piel seca o dermatitis.

La conversación digital alrededor de estos ingredientes combina testimonios personales, recetas caseras y recomendaciones de influencers del bienestar, que a menudo promueven estos productos como alternativas “naturales” o complementarias a tratamientos médicos. Este fenómeno no solo refleja un interés por soluciones caseras y accesibles, sino que también demuestra cómo las recomendaciones entre iguales —especialmente de creadores de contenido con audiencias nicho y muy cercanas— modelan cada vez más las decisiones de los usuarios a través de contenidos en TikTok, Youtube, X y Reddit.

Real Skininformation identifica además que estas prácticas suelen acompañarse de un discurso de “prueba y error” colectivo, donde las experiencias de otros usuarios pesan tanto (o más) que la evidencia científica tradicional. Comprender estas dinámicas permite los profesionales sanitarios no solo reconocer qué prácticas pueden estar implementando sus pacientes, sino también matizar, validar o corregir ciertas creencias de manera empática y fundamentada.

### ***África Luca de Tena***

Co-fundadora y Responsable de comunicación de la Asociación de Afectados por la Dermatitis Atópica (AADA)

*"En esta era en la que las redes sociales forman parte del día a día de la mayor parte de la población, los dermatólogos necesitan comprender no solo la biología de la piel, sino también el entorno digital en el que sus pacientes se informan y comparten información. Real Skininformation es un puente entre ambos mundos, facilitando la comunicación en la consulta y ofreciendo datos útiles que permiten enriquecerla desde el conocimiento y la empatía."*

Más allá de las tendencias virales más comentadas en RRSS, la plataforma también ha identificado patrones de comportamiento digital de los pacientes en todo lo relativo a la salud dermatológica:

- El cuidado de la piel se vive como una experiencia comunitaria y de autoexperimentación, donde los usuarios comparten sus avances, errores y recomendaciones en tiempo real.
- Las motivaciones que impulsan estas prácticas varían según el momento personal o clínico del usuario, desde la desesperación ante un brote hasta la simple curiosidad.
- Muchas tendencias actuales recuperan prácticas tradicionales o saberes culturales, que los usuarios reinterpretan y adaptan al contexto digital actual.
- Aunque las redes sociales tienen un gran peso, no desplazan la figura del profesional sanitario: los usuarios siguen reconociendo su autoridad clínica y valoran su validación.

Este marco ofrece a dermatólogos y médicos de atención primaria una brújula útil para comprender qué expectativas, dudas o hábitos pueden llegar a la consulta, y cómo abordarlos desde una perspectiva mucho más empática e informada.

### ***Sobre Real Skininformation***

Real Skininformation es una plataforma impulsada por Sanofi y Regeneron que analiza conversaciones públicas en redes sociales sobre dermatología y cuidado personal para detectar patrones de comportamiento, tendencias emergentes y creencias compartidas entre los usuarios.

La plataforma no emite recomendaciones clínicas ni promueve tratamientos, sino que ofrece a los profesionales sanitarios una herramienta de contextualización para enriquecer el abordaje clínico con conocimiento basado en datos sociales reales.

El proyecto cuenta con la revisión de expertos internacionales como la Dra. Jennifer Soung (EE.UU.), el Dr. Mark Tang (Asia-Pacífico) y África Luca de Tena (Europa), quienes garantizan el rigor y la relevancia de los contenidos generados.

### ***Acercas de Sanofi***

Somos una compañía innovadora mundial dedicada al cuidado de la salud con el objetivo de perseguir el poder de la ciencia para mejorar la vida de las personas. Nuestro equipo está comprometido con transformar la práctica de la medicina para hacer posible lo imposible. Prevenimos enfermedades gracias a las vacunas y proporcionamos tratamientos que pueden cambiar la vida de millones de personas en todo el mundo. Y lo hacemos poniendo la sostenibilidad y la responsabilidad social en el centro de nuestro propósito.

### ***Contactos de prensa***

**Ferran Vergés** | 605 257 557 | [ferran.verges@sanofi.com](mailto:ferran.verges@sanofi.com)

**Maria Liria** | 662 407 184 | [maria.liria@bursonglobal.com](mailto:maria.liria@bursonglobal.com)