

EL MERCADO DEL BEAUTY TECH CRECE Y HASTA MOTIVA CONVOCATORIAS:

# Con IA y machine learning, estas nuevas propuestas combinan tecnología con el cuidado de la piel

Se trata de desarrollos hechos en Chile y liderados por expertas del mundo de la ingeniería y la ciencia. Apuntan a generar soluciones personalizadas de *skincare*; también a formular productos cosméticos naturales y hasta resolver necesidades específicas de las pieles locales. **SOFÍA MALUENDA**

**D**istintas tecnologías avanzadas han permeado casi cada ámbito de nuestras vidas diarias, llegando incluso hasta los productos de belleza o el cuidado de la piel que utilizamos diariamente. Una tendencia que está aterrizando en Chile, con diversas iniciativas que han desarrollado emprendedoras en línea con este segmento. El espectro es amplio y puede incluir desde propuestas más ligadas hacia la belleza, mientras que otros más de *skincare*.



**Francesca Mercado**, CEO y cofundadora de Dr. Frances.

La *beauty tech*, dice Nicole Forttes, gerente de Emprendimiento de Mujeres Empresarias, es la integración de la tecnología en los productos cosméticos y de belleza. "Las innovaciones recientes en inteligencia artificial, IOT y realidad aumentada, han contribuido al aumento del desarrollo de esta industria, yendo más allá de las mascarillas faciales y los productos de cuidado capilar a un mundo de innovaciones tecnológicas relacionadas con la belleza", señala.

Una de ellas es Dr. Frances, una startup que sus fundadores definen como una "healthtech/beautytech" que desarrolla productos cosméticos naturales, co-creados con inteligencia artificial y machine learning. "Llevamos un año en el proyecto, pero ya hemos desarrollado un algoritmo y creamos una base de datos con más de 17.500 ingredientes a partir de data científica", dice Francesca Mercado, CEO y cofundadora de la firma que creó junto a Sergio Rojas (CFO) y Alexis Montecinos (CTO) y que entre su equipo directivo también suma a Mauricio Campos (CMO).

La idea, cuenta la ingeniera en Biotecnología Molecular de la U. de Chile, con un PhD en Química también en la U. Chile, nació a mediados de 2022 durante su embarazo, a raíz de "la necesidad personal de tener productos naturales, realmente eficaces, con base científica, que fueran tan ricos como los sintéticos". A inicios de 2023, esta idea empezó a tomar más fuerza y Dr. Frances se formalizó en agosto de 2023. "El origen del nombre? Corresponde a su algoritmo: "Frances". "Es un algoritmo que permite generar formulaciones basadas en ingredientes y bioactivos naturales, simulando formulaciones sintéticas y su complementación con la selección de ingredientes según propiedades específicas definidas", explica la también MBA de la UC.

Formularon ya dos productos corporales (ambos con sus registros de ISP aprobados, destaca) y hoy están trabajando en el desarrollo de su línea facial con colaboraciones científicas con empresas biotecnológicas que desarrollan bioactivos sustentables.



**Karina Espinoza**, COO y cofundadora de Navani.

"Queremos comenzar con las ventas en Chile y rápidamente crecer en Latinoamérica, para poder alcanzar el mercado americano y europeo dentro de los próximos 5 años", dice la emprendedora. Sostiene que la tendencia de los consumidores, especialmente en países como Estados Unidos, apunta a un incremento en el consumo de productos cosméticos naturales en los próximos años. "Sumado a la creciente investigación disponible sobre las posibles consecuencias de algunos ingredientes sintéticos, y la tecnología—cada vez más utilizada en la industria cosmética—nos hace pensar que la industria cosmética ha empezado a salir de su zona de confort, generando nuevos desafíos, con nuevos perfiles de consumidores, y con tendencias que podrían acompañar y respaldar nuestra propuesta de valor", afirma.

## A LA MEDIDA

Más recientemente aún salió Skinology al mercado, propuesta fundada por Antonia Schlesinger (ingeniera comercial con mención en Economía) y Lia Hojman (dermatóloga clínica). Comenzaron en enero de este año y en agosto lograron multiplicar por cuatro las ventas de marzo. Se trata de una "skintech" como prefieren llamarle, que busca desarrollar fórmulas únicas para la piel y a la medida de cada persona, mezclando conocimiento científico dermatológico con tecnología, usando inteligencia artificial.

"En el mundo no hay dos personas iguales, por lo mismo, no hay dos pieles iguales. El poder de Skinology parte de este reconocimiento, y de entender que hoy contamos con la tecnología necesaria para centrar el cuidado de la piel en cada persona y en las variables de su piel tan únicas como su ADN", dice Schlesinger, quien es CEO.

"El desafío siempre fue cómo lograr hacer personalización de manera escalable, y ahí es donde entra la inteligencia artificial para resolver ese desafío y lograr amplificar el conocimiento de Lia", detalla. Todo parte con un "quiz" que responde sus usuarios, que incluye preguntas sobre su tipo de piel y hábitos. Esas respuestas se usan como *input* para que su modelo adelante el 95% del proceso de diagnóstico y que recete la fórmula óptima que necesita cada persona para su rutina de *skincare*. "El 5% restante lo ejecuta Lia revisando y validando el *output* del modelo. De esta forma, Lia puede recetar cientos de veces más rutinas de *skincare* personalizadas en un mismo periodo de tiempo", dice Schlesinger. "La métrica que más nos obsesiona es la tasa de usuarios que se mantienen



leales. Lo que hemos visto hasta ahora es que el 70% de los usuarios que compraron entre enero y mayo han vuelto a comprar su segunda, tercera o hasta cuarta rutina de *skincare*", agrega. "Creemos en el poder de la personalización, que nos va a permitir empujar la nueva ola de crecimiento en la industria", afirma la emprendedora.

## PIELES CHILENAS

Fundado por mujeres también está Navani, una marca chilena de *skincare* que nació para satisfacer las necesidades dirigidas de "la piel chilena". La idea surgió hace 4 años, cuando dos científicas amantes del *skincare* vieron un vacío en el mercado local, detectando que "faltaban productos diseñados para la piel chilena, que es principalmente mixta o grasa, sus necesidades y preferencias". Después de meses de pruebas, lanzaron Navani al mercado en 2022.

Ambas socias fundadoras son bioquímicas y máster en ciencias, amigas desde la universidad: Karina Espinoza, quien es COO en Navani, y Daniella Figueroa, que es la CEO. Después se unió la ingeniera comercial Elizabeth González como directora.

"Hoy tenemos dos productos en etapas tempranas de desarrollo y un producto que ya se encuentra en etapa de formulación", dice Karina, quien afirma que utilizan la tecnología como una herramienta "clave" en todo el proceso de desarrollo. "Desde la investigación científica inicial hasta la creación de cada fórmula, nos apoyamos en estudios avanzados sobre la piel y el comportamiento de los ingredientes activos. Aplicamos técnicas de formulación de precisión, combinando ingredientes con respaldo científico para garantizar su eficacia y seguridad. Además, realizamos pruebas exhaustivas en prototipos utilizando tecnología dermatológica de última generación", asegura.

La especialista dice que países como Argentina o Brasil se encuentran muy avanzados en el desarrollo de la ciencia cosmética, pero que en Chile tenemos el conocimiento científico y la tecnología para liderar e innovar. "Solo nos falta el impulso para posicionarnos dentro de los grandes referentes de la cosmética latinoamericana".



## UN MERCADO CON POTENCIAL

Si bien la industria de la belleza o el *skincare* no es de las más representadas dentro del portafolio de Start-Up Chile, Javiera Araneda, gerenta (s) de la aceleradora de Corfo, dice que por sus programas han pasado varias startups con soluciones en esta línea. Dr. Frances, por ejemplo, es parte de su última generación de emprendimientos (BIG 8) que empezaron su programa de aceleración hace unos días. "Debido a que nos enfocamos en emprendimientos de base tecnológica, nuestras startups han desarrollado desde investigación y tecnología para la elaboración de ciertos productos hasta plataformas que, con la ayuda de la inteligencia artificial, permiten encontrar las rutinas de *skincare* adecuadas para cada cliente", dice Araneda y agrega que considerando "la magnitud" de esta industria a nivel mundial, y el alto potencial de crecimiento que se está proyectando para los próximos años, "vemos muy probable que cada vez recibamos más postulaciones de este tipo".

Un mercado que va creciendo y que incluso motivó a Mujeres Empresarias con Empresas DBS a realizar una convocatoria dirigida a emprendedores que contaran con un producto innovador de belleza para acceder a un programa de aceleración formativa durante tres meses, con el fin de potenciar sus negocios y llegar a formar parte del *staff* de marcas de DBS Beauty Store por un año. Postularon más de 60 empresas de diversas partes de Chile. "¿A qué desafíos se enfrentan estos desarrollos? "Descubrir su potencial y convertirse en proyectos altamente diferenciados y competitivos, tanto por su propuesta de valor como por sus precios", dice Forttes.



**Nicole Forttes**, gerente de Emprendimiento de Mujeres Empresarias.



**Antonia Schlesinger**, CEO y cofundadora de Skinology.