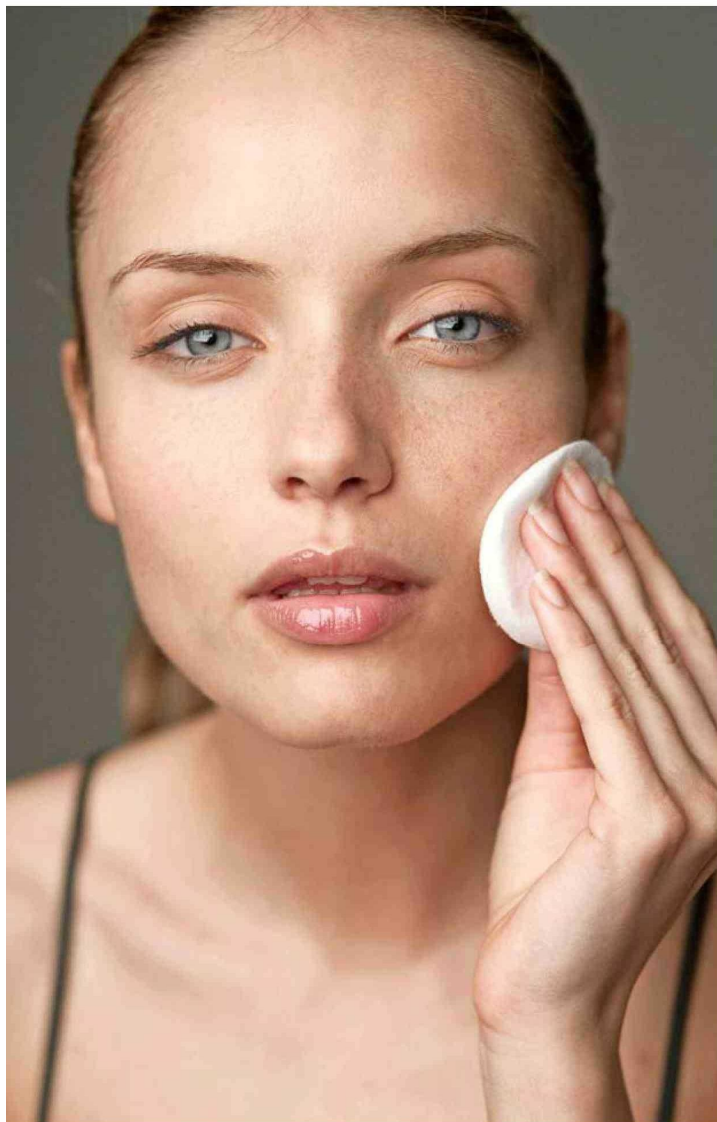


Fecha: 26-11-2024
 Medio: El Mercurio
 Supl. : El Mercurio - Revista Ya
 Tipo: Noticia general
 Título: Innovación para la piel

Pág. : 18
 Cm2: 625,0
 VPE: \$ 8.209.492

Tiraje: 126.654
 Lectoría: 320.543
 Favorabilidad: ☐ No Definida



PEXEL CREATIVE COMMONS

Innovación para la piel

¿USAR ALGORITMOS, INTELIGENCIA ARTIFICIAL, *MACHINE LEARNING* Y BIOTECNOLOGÍA PARA CREAR PRODUCTOS COSMÉTICOS? PARECE CIENCIA FICCIÓN, PERO LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS YA ESTÁN TRABAJANDO PARA EL CUIDADO DE NUESTRA PIEL. INCLUSO EN PRODUCTOS *MADE IN CHILE*.

POR Sofía Beuchat

Cuando Francesca Mercado quedó embarazada, quiso cuidar su piel con cosmética natural, pero lo que encontró le pareció demasiado artesanal. Decidió entonces volcar sus conocimientos como doctora en Ingeniería Química en una nueva línea de cremas que cumpliera sus expectativas. Un año después y gracias a un fondo Corfo nació Dr. Frances, marca que por estos días lanza sus dos primeros productos: Dr. Scrub, un exfoliante que además humecta la piel, y Dr. Butter, una manteca corporal que incluye agentes que promueven la regeneración celular. En 2025 saldrá la línea facial.

El rey de la marca es un algoritmo llamado Frances, que con apoyo de IA y *machine learning* hace lo que parecía imposible: revisar una base de datos de 18 mil ingredientes de uso cosmético, cruzarlos con 100 propiedades y buscar los mejores *match*. No es todo. Frances también revisa la información científica disponible sobre cada ingrediente. “Así se llega a una ponderación. Mientras más *data* confiable y respaldo científico tenga un ingrediente, más alto es su *score*. Y al revés: mientras menos información o cuestionamientos, más baja su puntuación”, dice Mercado sobre su emprendimiento, que creó junto a dos socios (Sergio Rojas, ingeniero industrial y MBA de la UC, y Alexis Montecinos, PhD de MIT e instructor de Harvard), y que describe como una *startup healthtech/beautytech*.

En la misma línea, la ingeniera comercial Antonia Schlesinger y la dermatóloga y PhD en Ciencias Médicas Lía Hojman, creadoras de la marca Skinology, buscaron en la IA una respuesta al anhelo de muchas mujeres: una crema creada en base a sus necesidades puntuales. “Cada fórmula es única e irrepetible, porque cada piel es única y su *skincare* también debe serlo. El modelo se inspira en la identidad de la huella dactilar, porque ninguna fórmula es igual a otra”, explica Antonia Schlesinger.

¿Cómo funciona? Contestando en línea 54 preguntas que van desde la rutina de cuidados en curso hasta el lugar donde se vive. La información es procesada por una IA que permite identificar no solo los componentes que cada persona requiere, sino también las concentraciones exactas. Una vez que su equipo de dermatólogos revisa la fórmula resultante, las cremas son elaboradas en un laboratorio certificado por el ISP. Entre 3 y 7 días hábiles después, los clientes reciben su crema 100% personalizada.

Pero a veces la innovación en cosmética tiene otros resortes y métodos. Por ejemplo, para la química farmacéutica Clara Valenzuela, el foco está en la sustentabilidad. Acaba de lanzar “Abracadabra”, una línea de cremas a base de algas marinas y agua de kiwi que —como su nombre lo sugiere— busca hacer magia, aunque no solo en la piel, sino también en el medio ambiente. ¿Cómo? Usando biotecnología para elaborar cosméticos en los que el empleo de agua se reduce en un 75%. “Nuestra innovación está en el uso de activos de las algas en maceración, que reemplazan gran parte del agua, lo que permite que las algas mantengan la hidratación. Es la primera línea de *waterless skincare* de Chile”, dice Valenzuela. Actualmente su línea ofrece un limpiador desmaquillante, sérum y crema *antia-*ge, sérum iluminador y crema despigmentante. ■