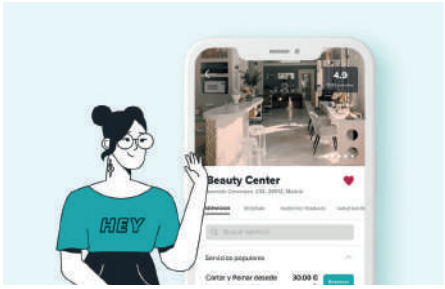
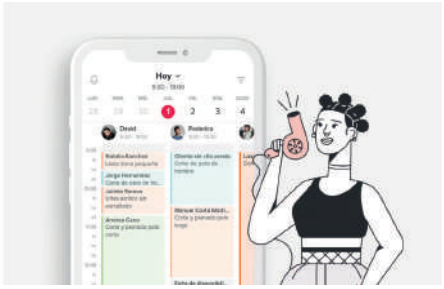
La belleza digital, una transformación silenciosa que redefine la esencia de una industria

La digitalización está modificando de forma progresiva la gestión de los negocios de belleza, desde la reserva de citas y las tareas administrativas hasta la relación con el cliente y la toma de decisiones. En este proceso, la inteligencia artificial se incorpora como una herramienta capaz de automatizar procesos y aportar información, aunque también plantea el reto de preservar el componente humano que caracteriza a peluquerías, barberías y centros de estética.



Por *Jonathan Zarzalejo*,
Director de *Marketing*
en Booksy España





Hace 12 años Stefan Batory, cofundador y CEO de Booksy, detectó una necesidad muy concreta mientras intentaba reservar una cita con su fisioterapeuta: llamadas perdidas, mensajes cruzados y días enteros tratando de cuadrar una sola cita.

Ahí identificó un problema que iba más allá de su propia experiencia: los profesionales de la belleza como peluqueros, barberos, o esteticistas dedican buena parte de su jornada a atender llamadas, gestionar citas y resolver trámites, en lugar de centrarse en desarrollar su talento. En este contexto, las herramientas digitales de gestión de citas y negocios pueden contribuir a reducir parte de esta carga administrativa y liberar tiempo para otras actividades profesionales. De este modo, la digitalización ha pasado progresivamente de ser un elemento diferencial a convertirse en un componente cada vez más habitual de la gestión de estos negocios.

Sin embargo, el único problema al que se enfrentan los profesionales del sector no es solo la gestión de citas, pues con el paso del tiempo y en el contexto en el que nos situamos, han aparecido otros grandes retos al que el profesional debe adaptarse. Algunos de estos son tan relevantes como la capacidad de transformar el talento en una marca deseada e inspiradora; el desarrollo de una estrategia de negocio e impulso de ventas; una gestión eficiente de equipos; la digitalización e implantación de la IA, pues entre múltiples beneficios puede reducir hasta 17 horas en gestiones administrativas; así como el uso de redes sociales como herramienta de crecimiento.

En este contexto, distintas iniciativas dirigidas a profesionales del sector están abordando estos retos desde perspectivas que combinan gestión empresarial, tecnología y desarrollo profesional. Entre ellas se encuentra BOOKSY BEAT, un encuentro centrado en cuestiones como la construcción de marca, el liderazgo, la digitalización, la inteligencia artificial y las estrategias de crecimiento.

DIGITALIZACIÓN ESTRATÉGICA E INTELIGENTE, EL GRAN RETO

La belleza digital no sólo consiste en incorporar la tecnología de forma simple al salón, sino en integrar herramientas que permitan optimizar procesos, mejorar la experiencia del cliente y tomar decisiones en base a datos fundamentados. Significa un cambio de modelo de gestión integral

a todas las áreas del negocio que reporta como principales beneficios el mejor manejo de recursos, desarrollo del talento y mayor fidelización.

Hace 10 o 15 años, la presencia digital de un negocio podía limitarse a disponer de una página web y un perfil en redes sociales. Actualmente, la digitalización abarca un conjunto mucho más amplio de procesos: la relación con el cliente, la gestión y reserva de citas, la reducción de las ausencias, la automatización de determinadas tareas administrativas, las acciones de marketing y fidelización o la gestión de los pagos.

La incorporación de estas herramientas también puede repercutir en la organización del tiempo. Según los datos manejados por Booksy, algunos negocios que han integrado soluciones digitales en su gestión recuperan una media de 12 días al año de tiempo, un cambio que refleja la progresiva sustitución de sistemas manuales por procesos digitalizados.

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, UN SOCIO SILENCIOSO

Un informe de Beauty Tendencias elaborado por Booksy y publicado en febrero de este año analiza el impacto que la inteligencia artificial puede tener sobre la actividad de los profesionales de la belleza. El documento plantea la IA como una herramienta orientada a complementar determinadas tareas y procesos, más que a sustituir la intervención profesional.

- **Menos burocracia, más tiempo para el talento**: El dueño de un salón dedica de forma semanal entre 15 y 20 horas a tareas administrativas y de control de inventario. Un estudio publicado en 2026 en ResearchGate llevó a cabo un seguimiento de tres salones durante el período 2022-2025 con el objetivo de evaluar el impacto de la Inteligencia Artificial. Este puso de manifiesto que ayudaba a "organizar el ruido" derivado de interrupciones telefónicas y gestión de citas manuales, resultando en una reducción de entre 10 y 15 horas en coordinación manual y hasta 2 horas en control de inventario.



- **Mayor agilidad en creación de contenidos y productividad en *marketing***: Un análisis de McKinsey de 2025 sobre empresas de belleza que integran la IA evidenció como la implantación de la IA mejoró en un 20% la productividad en *marketing* y redujo los plazos de producción creativa en un 50%. Además, éstas redujeron considerablemente el agotamiento por contenidos mediante la democratización de grandes herramientas que antes solo estaban al alcance de grandes compañías.
- **Mayor precisión y confianza en diagnósticos específicos**: Algunas funcionalidades que trae la Inteligencia Artificial en la industria *beauty* transforman la metodología y reducen el margen de error. Lo vemos en la incorporación de algunas herramientas que permite analizar fotografías para predecir problemas capilares, en la introducción de consultas a partir de realidad aumentada o en herramientas que permiten realizar recomendaciones de productos personalizadas a las necesidades de cada persona. Estas herramientas logran hasta un 82% de precisión en la identificación de afecciones como, por ejemplo, caspa o eritemas en el cuero cabelludo. Estos escáneres proporcionan datos objetivos en tan solo segundos, lo que permite a su vez optimizar tiempos y recursos.

Los datos recogidos en este informe apuntan a una percepción positiva de la inteligencia artificial entre los profesionales del sector, aunque también muestran ciertas dudas sobre cómo incorporarla a la gestión cotidiana de los negocios. En la línea de esta afirmación, el 18,2% de profesionales del sector se siente preparado para incorporar la Inteligencia Artificial en sus negocios, mientras que el 54,5% afirma sentirse aún inseguro, pero con gran curiosidad.

Sin embargo, también existen numerosos riesgos asociados a la implementación de la Inteligencia Artificial en un negocio dentro del sector *beauty*, un sector en el que la relación con el cliente y la calidez humana siempre han sido ingredientes clave para el éxito. El mayor riesgo es la desconexión emocional, la frialdad o caer en automatizaciones rígidas de "centralita" que hagan sentir al cliente como un simple número. La barbería o peluquería es un santuario de confianza, conversación y cultura local; si la tecnología es tosca o se siente artificial, destruye de inmediato el vínculo que el barbero ha tardado años en construir.

La incorporación de IA plantea, por tanto, un reto adicional: encontrar un equilibrio entre automatización y relación personal. En negocios donde la confianza, la conversación y el contacto directo forman parte de la experiencia, una automatización excesiva puede introducir distancia en la relación con el cliente. El diseño de estas herramientas y el modo en que se integran en los procesos cotidianos serán determinantes para evitar que la tecnología se convierta en una barrera.

En este sentido, una de las aplicaciones más relevantes de la IA puede encontrarse en la automatización de tareas administrativas y repetitivas —como la atención telefónica durante un servicio, la gestión de citas o la coordinación de horarios—, permitiendo que el profesional dedique más tiempo a las actividades que requieren experiencia, criterio y trato personal y que una máquina jamás podrá sustituir: el arte en las manos, la mirada atenta y la conversación cara a cara.

La transformación digital de la belleza todavía está dando sus primeros pasos. En los próximos años veremos cómo las herramientas de gestión evolucionan hacia ecosistemas cada vez más inteligentes, capaces de anticipar necesidades, recomendar acciones de forma predictiva o reorganizar agendas en tiempo real para optimizar la actividad del negocio. La Inteligencia Artificial seguirá ganando protagonismo, pero su éxito no dependerá únicamente de su capacidad tecnológica, sino de su habilidad para integrarse de forma natural en la experiencia del cliente y convertirse en un apoyo invisible para el profesional.

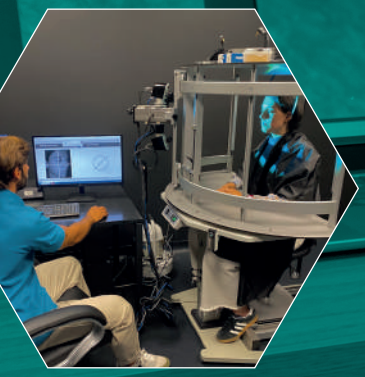
En este escenario, el verdadero reto no será incorporar más tecnología, sino saber utilizarla para potenciar aquello que hace única a esta industria: el talento, la creatividad y la relación de confianza entre el profesional y el cliente. Porque, cuanto más digital sea el sector, más valor tendrán las personas que hay detrás.

Para los próximos años, el desarrollo de herramientas digitales apunta hacia una gestión cada vez más integrada de los negocios de belleza, en la que reservas, administración, relación con el cliente, *marketing* y análisis de datos estarán progresivamente conectados. En este contexto, plataformas como Booksy aspiran a ampliar su papel más allá de la gestión de citas y a incorporar nuevas funcionalidades orientadas a la actividad cotidiana del profesional. La evolución del sector dependerá, en buena medida, de cómo estas tecnologías consigan combinar eficiencia y automatización sin perder de vista el componente humano que continúa siendo central en la experiencia de belleza

DERMACLAIM
Test & Trust

In vitro bioassays
Clinical testing

Claims substantiation and R&D marketing support













FOLLOW US DURING 2026

- **Incosmetics Latin Sao Paulo,** *Sept 23rd-24th - Booth C92*
- **Cosmetic 360 Paris,** *October 14th-15th - Stand LB40*
- **Cosmetorium Barcelona,** *October 21 st-22nd - Booth 112*
- **Incosmetics Asia Bangkok,** *Nov. 3rd-5th - Booth AA68*

A+ Applus+ ISO 9001 EC-10984/22 Systems Certification

B16909699
DERMACLAIM LAB S.L.
PYME INNOVADORA
Válido entre 16/12/2025 - 15/12/2028

LRQA CERTIFIED ISO/IEC 27001 SG00003172/8143294

CRÉDIT D'IMPÔT AGRÉMENT CIR 2026-2028 RECHERCHE