



La marca se alió con la cadena Preunic, donde ya está presente en 22 de sus locales

## NYX PMU estrena en Mall Plaza Vespucio su amplia gama de productos para el maquillaje: variedad de tonos y opciones.

La batería de productos es impresionante. Y para resaltarlos invitó a la influencer y cantante urbana Fran Maira, una fanática de los gloss de la marca.



Catalina Unjidos, jefa de productos de NYX Professional Make-Up

En el Preunic del Mall Plaza Vespucio hubo corte de cintas. La marca NYX PMU hizo su estreno allí. NYX PMU ya se encuentra en 22 locales de la cadena Preunic, y apuntan a que, al finalizar el presente año, sus productos de belleza se hallen en 50 locales, con la meta de que el próximo año estén presentes en los 125 locales en todo Chile.

NYX PMU entra con una variedad de más de 300 productos llegando con lo mejor de su portafolio a los distintos locales de Preunic. Destacando que la exhibición está acorde a los últimos lineamientos internacionales, dando a conocer el maquillaje profesional y accesible de un modo disruptivo.

Catalina Unjidos, Brand Manager de NYX Professional Make-Up indica "Preunic es uno de nuestros partnership más importantes, y juntos podemos llevar todos los produc-

tos y los valores de la marca a nuestros consumidores".

NYX PMU se caracteriza por dar acceso a productos que son más profesionales. "Estamos con nuestros últimos lanzamientos, como es el caso el Lip IV, un gloss con formato de tinta que nos acerca a las últimas tendencias. El mercado de los labios está creciendo y nosotros somos partícipes de esto".

Para los productos de ojos hay una gran variedad de pigmentos y soluciones "Nuestros productos te ayudan a generar esta mirada de alto impacto. En específico en cejas tenemos un portafolio muy amplio lo que permite dar un marco a tu mirada. Son productos que involucran la última tecnología, como The Brow Glue, que es un gel fijador de cejas", añade.

En productos para rostro, NYX PMU hizo su último lanzamiento de toda la familia Buttermelt donde los rubores y los bronzer han sido un éxito. "A la gente le encanta la fórmula, que si bien es un polvo este se derrite como mantequilla en tu piel. Además, este año lanzamos los iluminadores Buttermelt Highlighter", cuenta Catalina.

En las tiendas Preunic, NYX PMU ofrece además el Buttermelt Glaze, que es una tinta que ayuda a unificar el tono de la piel y además incluye factor de protección solar SPF 30.

NYX PMU se caracteriza también por sus primer y sus setting, que son herramientas que ayudan a fijar el maquillaje para que éste dure más. La familia The Face Glue ha sido el último hit en esta categoría de productos.

¿Y la temporada primavera-verano qué trae? Se

viene con todo nuestro lanzamiento más reciente: "Smushy", el cual es un bálsamo labial mate. Tiene una fórmula full hidratante con ceramidas de azúcar dejando tus labios suaves y con un tono mate muy atractivo.

Estamos además con la última colección inspirada en la serie "Wednesday" de Netflix. Donde traemos nuestros mejores productos con tonos nuevos y distintos ad hoc al look de Merlina", agrega Catalina Unjidos.

NYX PMU se caracteriza por ser una marca inclusiva con la comunidad LGBTQ+, donde tiene muchos seguidores por las características frescas, profesionales que promueven tonos vibrantes sin miedo al color, además de que es una marca con fórmulas veganas y que no testea en animales.



### Inclusividad y diversidad

Para la inauguración NYX PMU invitó a la influencer y cantante urbana Fran Maira, que suma 900 mil seguidores en Instagram y 260 mil oyentes mensuales en Spotify.

#### ¿Cómo es tu relación con NYX PMU?

Es una marca que me acepta tal como soy. Yo soy fanática de los Gloss, que son para los labios. Tengo de todos los colores. Mi Gloss no puede faltar jamás.

#### Fran, ¿por qué NYX PMU es una marca inclusiva?

Se atreve a ser diferente y por eso tiene a gente como yo, que somos diferentes, que buscamos el peligro, no seguir al sistema, gente que hacemos ruido y a Nyx le gusta generar ese ruido.



Esto calza muy bien con el público de Preunic, por eso el acierto de la asociación con Nyx. Andrea Lagos, gerente comercial, Marketing y Omnicanalidad de Preunic, da detalles: "Hoy el 30% de los clientes de Preunic tiene entre 18 y 28 años, que es lo que conocemos como generación Z. y este segmento es el que más está creciendo en Preunic, en número de visitas y en gasto. Ese cliente hoy está buscando una experiencia distinta. Y en maquillaje, NYX PMU es juvenil, rupturista y se caracteriza por colores distintos, por formatos distintos. Hace mucho fit con este cliente joven".



Andrea Lagos, Gerente Comercial, Marketing y Omnicanalidad de Preunic