

Fecha: 08-06-2025  
 Medio: Las Últimas Noticias  
 Supl.: Las Últimas Noticias  
 Tipo: Noticia general  
 Título: **Frutillita de culto: se venden 530.000 al mes en Chile**

Pág. : 16  
 Cm2: 715,9

Tiraje: 91.144  
 Lectoría: 224.906  
 Favorabilidad:  No Definida

La frutillita cuesta \$3.390 en Avon.cl y \$4.999 en Preunic.cl



MAURICIO QUIÉZADA

Labial de Avon cumple 45 años y es el maquillaje más vendido de la marca

# Frutillita de culto: se venden 50.000 al mes en Chile

**FRANCISCA ORELLANA**

Un labial con forma y olor a frutilla se ha instalado como un producto que pasa de generación en generación. Con más de 45 años de historia, este ícono de Avon no pierde vigencia: ahora dio el salto y se vende en tiendas.

El envase compacto con forma de frutilla, al abrirse, despliega dos bálsamos labiales en colores rosa y rojo. Fue creado en Estados Unidos con el nombre "Berry Nice Lip Gloss Compact" y rápidamente se expandió por el mundo mediante el sistema de vendedoras Avon. Así marcó la infancia de muchas generaciones que llevaron el bálsamo labial en la mochila: aunque puede considerarse un emblema "ochentero", aún es éxito en ventas.

Gustavo Cruz de Moraes, gerente general de Avon, cuenta que la frutillita es el maquillaje de la marca más vendido en Chile: calcula que se venden unas 70 unidades por hora y unas 50.000 al mes con el sistema de venta directa y e-commerce.

**"Conecta a una madre, a una hija, a una abuela", destaca ejecutivo sobre popular formato que ahora se vende en el retail.**

"Es un producto muy masivo y que trasciende generaciones. Por eso lo llamamos 'el primer labial de tu generación', porque es de la tuya, de la mía, de cada uno. Es un producto histórico que todas las generaciones lo adoptaron como su primer gloss y que hoy conecta a una madre, a una hija, a una abuela", promociona.

Coincide la maquilladora profesional Nicol Romero (@nicolromero\_makeup en Instagram), quien destaca que no es un producto infantil, aunque partió siéndolo. De hecho, recuerda que fue su primer cosmético: "Fue el producto con el que me dejaron maquillarme por primera vez. Mi mamá lo usaba y lo tenía en su velador; hace poco mi hija, que tiene dos años, se comió la frutillita y yo también me la comí cuando era chica. Es un labial muy generacional porque trae recuerdos. Cuando la gente la ve te dice 'uy, qué rico me dejaba los labios'", pero también se acuerda que se la comía cuando era pequeña, que la ocupaba tal persona de su familia o que le funcionaba muy bien como maquillaje".

A su juicio, aunque han salido muchas imitaciones en el mercado, no logran igualar su aroma y calidad.

## Éxito pop

Para masificar el formato, Avon

suscribió una inédita alianza con Preunic para vender la frutillita en locales de todo Chile.

"Llega a las 122 tiendas y vamos a tener también todo el mix completo de maquillaje, cremas y skincare de la marca. La frutillita es un ícono de generaciones; la primera semana se vendieron más de 3.000 unidades, lo que es mucho: eso quiere decir que está en la mente de los consumidores de forma transversal", establece Pablo Giglio, gerente general de Preunic.

## Pablo, ¿quiénes la compran?

"Es transversal, es conocida hasta por los jóvenes que la vieron en algún cosmetiquero de su mamá. Lo que vemos es que es un producto super viral y llama mucho la atención. De quienes la han comprado en nuestras tiendas, 60% son jóvenes de menos de 35 años".

Cruz de Moraes aclara que este formato sólo se venderá en esta cadena: "Avon y Preunic comparten el propósito de democratizar la belleza, hablan temas similares como diversidad o ser cruelty free, por lo que conectamos para llegar a los consumidores con lo que nosotros queremos también".

Aunque han salido colecciones que imitan a la frutillita, como la uva mo-

rada, anticipa que la marca espera lanzar a fin de año una nueva versión del formato clásico. ¿Cuánto cuesta el gloss? \$3.390 en Avon.cl (<https://acortar.link/TzTzU1>) y \$4.999 en Preunic.cl (<https://acortar.link/yPjhZK>).

## Efecto dramático

Nicol Romero subraya que el labial de frutilla ha trascendido no sólo porque evoca recuerdos, sino porque también funciona muy bien como maquillaje: "Como puedes aplicar el gloss con los dedos, no necesitas brochas ni pinceles, lo que lo hace muy práctico".

También destaca la funcionalidad de sus tonalidades: "Tiene un tono más rojo y otro rosado, ambos en versión translúcida y que te humectan los labios. Te los deja con un leve color y brillo que no reseca. Es un bálsamo que te queda bien a pieles oscuras, medianas o claras, porque te deja con un tono natural pero con un subtono que hace resaltar los labios y un brillo natural".

El labial, añade, se puede usar en la zona de los ojos o mejillas, pero sólo si se quiere lograr un efecto más dramático, húmedo o como iluminador en la noche: "Aplicaría quizás en poca cantidad para que se vea la piel más brillosa".