

Fecha: 18-01-2026
 Medio: El Rancagüino
 Supl.: El Rancagüino
 Tipo: Noticia general
 Título: ¿QUÉ SON LOS LABUBUS?

Pág. : 18
 Cm2: 1.014,1

Tiraje: 5.000
 Lectoría: 15.000
 Favorabilidad: No Definida



¿QUÉ SON LOS LABUBUS?

CON CASI 700 MILLONES DE DÓLARES EN INGRESOS, LOS POPULARES MUÑECOS DE POP MART NO SON SOLO LA ÚLTIMA MODA EN REDES SOCIALES, TAMBIÉN PODRÍAN CONVERTIRSE EN LA PRÓXIMA MASCOTA DE HOLLYWOOD.

Saben ya lo que es un Labubú? Quizá les suenan esos muñecos con coloridos pelajes, orejitas de punta y sonrisa serradas en rostros que oscilan entre lo macabro y lo adorable. Lo que tal vez no sepan es que estas criaturas, lejos de ser simples juguetes de colección, son un fenómeno social y millonario. El factor sorpresa a la hora de comprarlos, su estética "kimo-kawaii" (una mezcla de lo "feo" y lo "lindo") y la lealtad de la Generación Z, unidos al peso de famosos e "influencers", han sido el combustible que ha hecho que los Labubú se hayan convertido en la gallina de los huevos de oro. Y es que no solo han formado parte del Desfile de Acción de Gracias, ni se limitan a ser uno de los regalos de Navidad más soñados por los jóvenes. También están cerca de dar el salto a la gran pantalla. Todo, en medio de la polémica de falsificaciones y reventas y con las redes sociales llenas de contenido sobre ellos.

FUSIÓN ENTRE LO NÓRDICO Y LO ASIÁTICO.

El fenómeno Labubú nació en la imaginativa mente de Kasing Lung, un artista nacido en Hong Kong, pero criado en los Países Bajos. Lung creó el universo de "The Monsters" en 2015, inspirado por la mitología nórdica y las leyendas de elfos y hadas que le acompañaron durante su infancia en Europa. "En aquella época no había consolas ni ordenadores, así que tenía que dibujar muñecos con un bolígrafo", explicó en una entrevista publicada

en Prestige Online, y detalló que "había tenido la idea de dibujar personajes de cuentos desde niño". Sin embargo, el verdadero punto de inflexión llegó en 2019, cuando Lung firmó un acuerdo de licencia exclusiva con Pop Mart, el gigante chino de los juguetes para coleccionistas. Y así, sus ilustraciones cobraron forma de muñecos empaquetados bajo el adictivo formato de las "blind boxes" o cajas sorpresa (cuyo contenido se desconoce al comprarlas). Pero, aunque los Labubú ya gozaban de una creciente popularidad en su nicho, su salto al "mainstream" tiene nombre y apellido: Lalisa Manobal, más conocida como "Lisa". En 2024, Lisa, integrante del grupo de K-pop Blackpink, publicó en sus redes sociales imágenes abrazando uno de estos peluches.

Y el resto, es historia. El efecto que la cantante causó con sus fotos fue tal que el "stock" de las tiendas no parecía ser suficiente. Y lo que comenzó como un accesorio alternativo se convirtió ya no en el complemento de moda, sino en todo un símbolo. De hecho, otras famosas como Kim Kardashian, Dua Lipa o Rihanna también se han unido al fenómeno. Para entender la magnitud de la fiebre por los Labubú está el ejemplo de Tailandia, el país natal de Lisa, en

el que las autoridades tuvieron que advertir oficialmente a la ciudadanía para que evitaran las falsificaciones y estafas a precios inflados. Sin embargo, el éxito de estas criaturas no se explica solo por un hecho viral o la influencia de los famosos, sino por la rompedora estética "kimo-kawaii" mezclada con sensación de recompensa del cerebro humano. Al vender estos muñecos en cajas misteriosas, la posibilidad (aunque baja) de encontrar una "edición secreta" ("hidden edition"), genera en el comprador un ciclo de consumo similar al de las loterías, sorteos y apuestas.

DE LOS ESTANTES A HOLLYWOOD. Y parece que, como modelo de negocio, funciona. Porque los ingresos de "The Monsters" alcanzaron los 677 millones de dólares solo en el primer semestre de 2025, frente a los 418 millones que lograron durante todo el 2024, de acuerdo con datos publicados en Demandsage. Pero esa estrategia de ventas, con la sensación escasez hecha adrede y junto a la alta demanda, han dado lugar no solo a estafas sino a caras reventas (especialmente con las ediciones agotadas, que multiplican con creces su valor).

Por ejemplo, en mercados como Singapur, Labubú cuyo precio original era menor a 40 dólares se han llegado a revender por cantidades de dinero hasta diez veces superiores en plataformas de segunda mano. Y ahí es donde radica la explicación de las escenas virales en redes sociales que muestran largas colas en tiendas físicas de todo el mundo. Muchas de ellas comienzan días antes de cada lanzamiento; los coleccionistas no quieren quedarse sin las ediciones limitadas. Según informó Variety, Sony Pictures habría adquirido los derechos para desarrollar una película inspirada en los personajes de 'The Monsters', aunque todavía no existían más detalles ni director o guionistas.

Y es que, desde los éxitos de 'Barbie' y 'Super Mario Bros', Hollywood busca su siguiente mascota llevada del juego a la gran pantalla. Unos nuevos "Minions" que explotar a través del "merchandising".

Algo para lo que este "art toy" chino podría ser el candidato ideal. Pero, a diferencia de los otros ejemplos, los Labubú son personajes principalmente estéticos con una historia de fondo apenas desarrollada: no hay ambientación, tramas ni personajes... Por ahora. Sin embargo, vistos los números, ese no parece ser un gran obstáculo. El reclamo estético y el fenómeno viral han encendido una mecha cuya perennidad está por ver, pero, por el momento, parece que los Labubú han venido para quedarse.



Fecha: 18-01-2026
Medio: El Rancagüino
Supl. : El Rancagüino
Tipo: Noticia general
Título: ¿QUÉ SON LOS LABUBUS?

Pág. : 19
Cm2: 4,0

Tiraje: 5.000
Lectoría: 15.000
Favorabilidad: No Definida