

## TIERNO ALIADO VIRTUAL

El legendario Tamagotchi que se puso de moda en los 90, trasciende generaciones y se convierte en una plataforma educativa.



# Aliado en la School

CÉSAR MURATALLA, director de Marketing, explicó el furor de la mascota virtual a nivel educativo y en estilo de vida

POR JORGE SANTAMARÍA  
[jorge.santamaria@gimm.com.mx](mailto:jorge.santamaria@gimm.com.mx)



A mediados de los 90, el mundo conoció a una pequeña mascota digital en forma de huevo que marcaría a toda una generación: El Tamagotchi.

Creado por Bandai, no era sólo un juguete; era una primera lección sobre la responsabilidad que los niños mexicanos adoptaron con fervor, llevándolos a cuidar, alimentar y limpiar a un ser virtual que, con cada parpadeo de su pantalla, les enseñaba el valor del compromiso.

César Muratalla, director de Marketing para Bandai Namco, confirmó a **Excélsior** que el fenómeno del Tamagotchi ha trascendido las barreras generacionales y se ha consolidado como una herramienta didáctica para los más pequeños, además de un elemento de moda para los *teens*.

“Uno de los objetivos es cómo nosotros, con Tamagotchi, estamos acompañando a las personas a lo largo de su vida. Se vuelve una responsabilidad de forma positiva, es decir, el niño ahora tiene la obligación de cuidar, de alimentar, de limpiar y de jugar con. Se vuelve una responsabilidad que va, además, sirviéndole a la educación del niño más pequeño”, explicó el ejecutivo.

A diferencia de nosotros, los millennials, que crecimos con el temor a que la mascota virtual muriera, Muratalla indicó que el Tamagotchi de hoy reduce el estrés en los niños, ofreciéndoles una actividad lúdica en sus tiempos libres en la escuela. “Es un fenómeno impresionante porque ahora lo compran los adultos por nostalgia, pero los niños y niñas de cinco y siete años también lo piden”, agregó el directivo durante la Expo Gundam 2025, que se realizó el fin de semana pasado en el Foro Allende.

#### UN ICONO DE MODA Y ESTILO

El Tamagotchi ha trascendido la cultura pop como un accesorio de moda, especialmente entre los *teens* y *twins* (preadolescentes y adolescentes). El director de Marketing para Bandai destacó que en plataformas como TikTok han detectado que los jóvenes se visten de acuerdo con el color de su Tamagotchi, utilizando la mascota virtual como un accesorio que combina con su ropa, la moda y las tendencias del momento.

Para atender a esta demanda, la marca ha mantenido su oferta de diseños frescos y variados. Muratalla reveló que la marca lanza entre 12 y 15 nuevas carcasas al año con temáticas y colores distintos, con el objetivo de ser parte de la moda y la tendencia, lo que ha convertido al Tamagotchi en una marca con ventas constantes.

A pesar de la variedad de modelos en el mercado,

Muratalla afirmó que el Tamagotchi de *Star Wars*, con su temática de naves, droides y personajes de la popular saga, como el de Darth Vader, es uno de los más vendidos en convenciones como la Expo Gundam, dedicada a celebrar *Mobile Suit Gundam*.

El ejecutivo añadió que otro modelo que está volando en ventas es el Tamagotchi Paradise, el cual permite a los jugadores crear más de 50 mil variaciones de personajes. Además, los peluches y las minifiguras de los personajes de Tamagotchi también tienen una alta demanda.



El futuro de las mascotas virtuales de Bandai luce prometedor. La marca tiene un plan de crecimiento hasta 2030, y constantemente está desarrollando nuevos productos y estrategias de comunicación para expandir la experiencia del Tamagotchi. “Lo que hemos hecho nos ha redituado muy bien en cuanto a generar comunidad”, dijo Muratalla, aludiendo al éxito de las iniciativas de la marca para conectar con sus consumidores y mantener viva la magia de cuidar a un ser digital que, a pesar de los años, sigue enseñando lecciones valiosas a las nuevas y veteranas generaciones.





