

Fecha: 22-02-2026
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero - DF Mas
 Tipo: Noticia general
 Título: **LOS BOFILL DEBUTAN EN EL MERCADO DE LOS JUGUETES: LA APUESTA POR LOS SUPERZINGS**

Pág.: 11
 Cm2: 679,5

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida

POR DENTRO

POR ITALO SCIARAFFIA

Todo comenzó cuando uno de los hermanos de la familia Bofill -controladores de Carozzi-, que vivía en Barcelona, vio que a su hijo le gustaban mucho unos juguetes llamados SuperZings: pequeñas figuritas coleccionables hechas de plástico blando que vienen dentro de sobres sorpresa y representan objetos de la vida cotidiana convertidos en héroes y villanos que habitan el universo de Kaboom City. El producto, creado en 2018 por la española Magic Box Toys -la misma compañía detrás de los recordados Gogos-, además se vendía a un bajo precio. Traerlos a Chile podía ser una buena idea.

Caso & Cia, la empresa distribuidora fundada en 1881 -hoy administrada por la cuarta y quinta generación de la familia Bofill-, ya había explorado nuevas oportunidades fuera del rubro alimentario, que no compitieran con Carozzi, su empresa hermana. En 2021 comenzaron la distribución de Scrub Daddy, una línea de esponjas que se hicieron virales por tener forma de cara feliz, entrando así en la categoría del aseo, una en la que nunca habían estado.

Con esa base, tomaron contacto con Magic Box Toys. Al poco tiempo, ejecutivos de la firma española viajaron a Chile para conocer la distribuidora y cerraron el acuerdo en 2023. El modelo es que Magic Box produce y Caso & Cia compra el producto para distribuirlo en el mercado local, dejándole a la empresa chilena la representación exclusiva de la marca SuperZings en el país. Además, cuentan con licencia para desarrollar iniciativas adicionales de marca, como un calendario de Adviento que hicieron junto a Falabella el año pasado o las cajitas felices del menú infantil de Doggis.

Antes del desembarco de Caso & Cia, la marca española ya había intentado llegar a Chile junto a Ansaldo, pero no tuvo éxito. Según explican desde Caso, la clave de que ahora haya funcionado está en la distribución masiva: "Si te cierras sólo a una juguetería, limitas mucho el volumen", dice Indra Rivalta, jefa de marketing.

El Kaboom de ventas en Chile

El lanzamiento en Chile partió el primer semestre de 2024 y hoy están presentes en Lider, Copac, Mercado Libre, Jumbo, algunas salas de Tottus y Falabella. Proyectan prontamente entrar también a París.

En nuestro país las cifras de ventas de estos juguetes han sido tan altas que incluso sorprendieron al proveedor: durante el primer año vendieron más de un millón de unidades, superando en más de 50% el presupuesto inicial.

En 2025 se vendieron más de 5 millones de estos juguetes, con un diciembre en donde registraron la mayor venta histórica de la marca en Chile. Pero había sido desde marzo en adelante que los números se dispararon frente a 2024, con alzas de 303% ya en marzo. De hecho, terminaron 150,8% por sobre el presupuesto que la empresa había proyectado para 2025.

Cada temporada tiene su personaje más vendido: en la primera fue Enigma y, en la se-



LOS BOFILL DEBUTAN EN EL MERCADO DE LOS JUGUETES: LA APUESTA POR LOS SUPERZINGS

En 2023, en medio de un plan estratégico que buscaba expandir rubros más allá de alimentos, la distribuidora chilena Caso & Cia, controlada por la familia Bofill, tomó una decisión inédita en su historia: entrar al negocio de los juguetes. Y lo hizo trayendo un fenómeno mundial a Chile, los SuperZings.

remanentes en España, pero la gran mayoría se fabrica desde cero en China y llega por barco.

Además, desde Caso & Cia cuentan que debieron ganarse la credibilidad en un rubro que no conocían para poder ingresar a las grandes tiendas: "En un segmento que está súper controlado por líderes como Mattel y Hasbro, al retail le queda poco presupuesto para nuevas marcas. Y ha sido lindo ver que, al final, nuestros consumidores nos buscan tanto que ellos han llegado a pedimos espacio en las góndolas".

Actualmente están lanzando la quinta temporada en Chile, marcada por el cambio de nombre de SuperZings a SuperThings -modificación realizada en España por razones legales- y por la incorporación de nuevos personajes llamados Kids, una evolución de las figuritas originales hacia niños robots con mayor relevancia en la historia de la serie.✦

YOUTUBE, SERIE Y PELÍCULA

Una de las características más distintivas de estas figuras es que los héroes se identifican por sus ojos blancos y los villanos por sus ojos amarillos. De esta forma cada héroe tiene su rival, el que está relacionado directamente con el objeto que representa, es decir, si el héroe es una naranja su rival será un exprimidor.

Son lanzados en temporadas semestrales, cada serie incluye a más de 80 personajes y se acompaña de contenido audiovisual en YouTube, donde se narran sus historias. Además en España, tienen su propia serie de TV, *Rivals of Kaboom*, que está disponible en el catálogo de Amazon Prime Video y en emisoras de tv de otros países de Europa, como Francia y Portugal.

Todo esto ha impulsado el fenómeno de SuperZings a nivel global: hoy están presentes en más de 23 países y este año estrenarán su primera película.

gunda, el Profesor K. Además, en cada temporada hay figuras más difíciles de encontrar: los personajes se agrupan en equipos liderados por SuperZings plateados y cuentan con dos grandes líderes, un héroe y un villano, en color dorado. Según su nivel de escasez, se clasifican como raros, súper raros y ultra raros, siendo estos últimos los más codiciados por los coleccionistas.

Sin embargo, ese año también enfrentaron limitaciones de stock: en enero y febrero se quedaron sin juguetes y también se les agotaron para Día del Niño y Navidad, lo que frenó parte de las ventas. Todo esto porque la producción y logística operan con tiempos largos: entre orden de compra, fabricación y embarque pueden transcurrir cuatro a cinco meses. Parte de los SuperZings proviene de

