

PUNTO DE PARTIDA

POR CATALINA VICUÑA



PARTIÓ COMO TIENDA DE INSTAGRAM: EL CAMINO DE PAKET, FIRMA ADQUIRIDA POR LA COLOMBIANA CARRYT

El primer acercamiento que Sebastián Celedón y Valentina Carvajal tuvieron con el mundo del e-commerce fue a los 17 años. Compañeros de un colegio en Arica, ella decidió encargar a través de eBay un short con el diseño del personaje Bart Simpson. Era escéptica. No creía que un pedido fuera a llegar desde tan lejos hasta su región. Pero se equivocó.

Corría el año 2014. Instagram recién estaba empezando a generar tracción como punto de venta de tiendas emergentes, y ambos vieron una oportunidad. Importaron más de 200 de esos shorts y abrieron una cuenta de Instagram con el nombre SpaceStore. Se vendió todo. Entonces, comenzaron a encargar más "chucherías novedosas", cuenta Celedón. El éxito fue el mismo. Ese primer año facturaron US\$ 1 millón. Y, para 2019, SpaceStore tenía tiendas físicas en Arica, Santiago (Boulevard Alameda) y Viña del Mar. Eran 20 empleados en la operación.

Seis años después, Celedón y Carvajal siguen en el mundo del social commerce. Pero no exactamente desde la misma vereda. Pese a que SpaceStore aún se mantiene activa -con menor tracción, precisa Sebastián- hoy, junto a Juan José Rodrigo (chileno desarrollador desde los 12 años) están detrás de Paket, app logística de última milla con foco exclusivo en los microemprendedores. A fines de 2025, su negocio captó la atención de Carryt, startup de logística colombiana que ya ha comprado otras startups en la región: Treggo, de México; y Liftit, de Brasil. En diciembre pasado, Paket pasó a ser su última adquisición.

Pivotear

Los tres fundadores se conocen desde 2021. Tras el estallido social y la pandemia, Sebastián y Valentina optaron por cerrar

La historia parte en 2014, cuando dos jóvenes de Arica abrieron un Instagram para vender productos importados de China. 12 años después, junto a un desarrollador chileno, ambos están detrás de Paket, startup de logística de última milla enfocada en pequeños emprendedores que el 2025 cerró con ventas cercanas a los US\$ 4,4 millones. En diciembre pasado, la startup Carryt los compró. Ahora, planean aterrizar en Colombia, México y Brasil.

las tiendas presenciales de SpaceStore y apostar fuerte por el rubro del e-commerce. Juan José, en tanto, estaba creando su propia startup de logística: GrinCargo, que prometía sembrar un árbol cada 100 envíos hechos por la plataforma. "Y con SpaceStore fuimos su cliente más grande en un momento", cuenta Celedón. Al poco tiempo, sin embargo, Rodrigo dejó la app. "No pudo desarrollarla bien solo, por su cuenta", explica Sebastián. Entonces, empezaron a conversar.

Sebastián (psicólogo) y Valentina (trabajadora social) querían emprender, "pero estábamos cansados de lo 'físico'. Teníamos traumas por los cierres (de tiendas) de la pandemia y el estallido social", dice Celedón. Se decidieron, entonces, por el mundo del software.

En 2022 el trío lanzó Anymus, una plataforma donde psicólogos podían grabar sus sesiones y luego, con un modelo de IA, recibir recomendaciones y comentarios de la conversación. Bajo ese sistema llegaron

a grabar más de 1.000 reuniones, afirma Celedón, "pero pasado el tiempo nos dimos cuenta de que íbamos a requerir de mucho tiempo si queríamos construir estos modelos con sólo bootstrapping". "Para construir algo así se necesitaban muchos recursos estratégicos y, en ese momento, no había madurez tecnológica como para hacer los modelos LLM de hoy, donde tú conectas a Claude o a una API de OpenAI", añade.

Decidieron pivotear.

David contra Goliat

Juan José había visto cómo funcionaba la industria logística desde adentro. Sebastián y Valentina, en tanto, conocían al detalle el mundo e-commerce y de venta por redes sociales. Tras varios encuentros, se decidieron: "Dijimos: 'Hagamos algo en lo que tengamos experiencia, aunque eso involucre volver a meternos en la operación'", relata Sebastián.

Era finales de 2022. La época dorada de la logística de última milla. "Los actores ya estaban bien constituidos. Teníamos a gigantes como Blue Express al lado nuestro. Era como David contra Goliat. En ese sentido, era un negocio poco atractivo", admite Celedón. Pero, precisa, en esta cadena identificaron a un actor desapercibido: el emprendedor pequeño, "que ni siquiera alcanza a llamarse pyme, sino que es una persona individual que está queriendo iniciar un negocio, pero no tiene ningún tipo de acceso a tecnología o una buena operación. En ese tiempo los grandes courier pasaban colapsados. Y si querías que una persona independiente te hiciera los envíos, no había tecnología de por medio que te permitiera controlar", cuenta. Había una oportunidad.

En pocos días construyeron su primer MVP: una plataforma que prometía entregas en menos de 24 horas, sin un mínimo de paquetes. En noviembre cayó el primer envío (y, por tanto, su primer cliente): unos envases para tintura de pelo que el mismo Juan José despachó en su auto. De ahí en adelante, el negocio sólo creció. La fórmula, explica Celedón, fue "artesanal": enviar cerca de 100 mensajes diarios por Instagram a diferentes emprendedores. "Y se metían y se metían tiendas y pymes. Partimos con un driver, y en poco tiempo tuvimos que contratar a un segundo, a un tercero, cuarto, quinto, y así". Ese primer mes, afirma Sebastián, vendieron US\$ 9.000.

En enero de 2023 decidieron postular a Platanus Ventures. Tuvieron la entrevista con los partners, pero no quedaron. A partir de ahí, cuenta Sebastián, se propusieron no levantar capital.

Spoiler: no lo necesitaron.

Los mensajes a CEO's

Ese 2023 lo terminaron con ventas de US\$ 500 mil, se trasladaron a una bodega de 270 m² en San Miguel y comenzaron a contratar a sus primeros trabajadores para la logística. Los tres fundadores, precisa Sebastián, mantuvieron siempre las manos en la operación. Incluso, durante meses fueron ellos mismos quienes respondieron los mensajes de servicio al cliente.

El 2024 lo cerraron con una facturación cercana a los US\$ 2,2 millones, 80 drivers y 20 operarios. El 2025, en tanto, con US\$ 4,4 millones, 150 choferes y 40 trabajadores en bodega. Su número de clientes actuales ronda los 11 mil. Se trata de personas que, en su mayoría, venden ropa, accesorios, alimentos como frutos secos e, incluso, detergentes.

Con ganas de pisar el acelerador y comenzar a mostrarse fuera de Chile, a mediados del año pasado Sebastián le escribió por LinkedIn a varios CEO's de la industria: Gonzalo Begazo de Chazki (Perú); Agustín Novillo de ClicOh (Uruguay); y Daniel Cuervo, de Carryt (Colombia). A este último, rememora Sebastián, "le llamó la atención el número de clientes que habíamos estado capturando y todo el aparato que habíamos desarrollado". Conversaron -friamente, precisa Sebastián- durante meses por Meet. Hasta que, en septiembre pasado, el colombiano mostró interés en adquirir la startup.

En noviembre, Cuervo viajó a Chile para asistir a la Santiago Tech Week y, de paso, conocer en persona a los fundadores de Paket y su operación. El apretón de manos oficial, cuenta Sebastián, se lo dieron en diciembre, por un monto no revelado. La forma de venta, en tanto, "fue similar a la de Rayo (startup chilena de logística que en 2024 fue adquirida por la firma argentina ClicOh)", que combinó acciones con efectivo.

Así las cosas, este 2026 Paket debería comenzar a operar en los países donde el holding colombiano tiene presencia: Colombia, México y Brasil. En el corto plazo, el primer objetivo está puesto en el aterrizaje a Colombia, donde en marzo comenzarán los primeros pilotos de Paket. Por el momento, los tres fundadores chilenos se mantendrán dentro de la operación. Y, en paralelo, ya están desarrollando otros proyectos. El más reciente, una aplicación para encontrar baños públicos, que ya acumula más de 100.000 descargas en Chile. ➔