

TU LUGAR EN AMÉRICA Y SUS NEGOCIOS

Peruana Chazki busca sumar 40 nuevas ciudades de la región en 2026 y alcanzar 150 destinos dentro de tres años



■ La firma de logística de última milla proyecta expandir su red en la región, con foco en México, Chile, Perú y Colombia, ante la creciente demanda por entregas rápidas.

POR KAREN FLORES

El comercio electrónico en América Latina dejó de ser un canal complementario para transformarse en uno de los principales motores del retail regional. Según el informe *Detrás del clic: el ecosistema que sostiene el e-commerce en Latam*, el sector crece 1,5 veces más rápido que el promedio glo-

bal, impulsando una mayor demanda por soluciones logísticas eficientes.

En ese escenario, la firma peruana Chazki -fundada en 2015 y especializada en envíos de última milla para comercio electrónico y retail- busca consolidar su presencia en la región, en un contexto de mayores exigencias en tiempos de entrega, trazabilidad y

cobertura territorial.

Actualmente, la compañía opera en 29 ciudades de América Latina, de las cuales 15 se ubican en México. Sin embargo, según comentó a **DFSUD** su CEO, Gonzalo Begazo, el objetivo es profundizar su presencia en los mercados donde ya opera, además de alcanzar un total de 150 ciudades en los próximos tres años.

Los pasos a seguir

El plan comenzará en el presente ejercicio, cuando la compañía proyecta sumar al menos 40 nuevos destinos durante 2026, distribuidos en países como Chile, Colombia y Perú. "Al principio el crecimiento territorial podrá ser más lento, pero luego tomará velocidad", señaló Begazo.

La expansión partirá en Perú. De acuerdo con el ejecutivo, además de su presencia en las ciudades de Lima y Trujillo -donde ya cuentan con varios años de operación-, la compañía planea incorporar



GONZALO BEGAZO
CEO DE CHAZKI

cuatro nuevos destinos dentro del país andino.

En Colombia, en tanto, el crecimiento podría exten-

derse a seis nuevas ciudades, además de los 12 destinos donde ya tienen presencia.

Según Begazo, dado que Chazki ya opera en todo el territorio argentino, la expansión de 2026 también tendrá un fuerte foco en México, aunque la empresa no especificó un número aproximado de cuántas nuevas ciudades proyectan sumar en dicho mercado.

En Chile, por su parte, la compañía buscará tener presencia en al menos el 80% del e-commerce del país, lo que implica expandirse



pueda ser un referente latinoamericano para la logística mundial, que el mundo vea a la compañía como una plataforma latinoamericana muy importante”.

De Arequipa al despliegue regional

Antes de que las compras por internet se convirtieran en parte de la rutina diaria, América Latina enfrentaba no solo un retraso en el desarrollo de este tipo de comercio, sino también importantes limitaciones logísticas.

Por ello, en 2015, los cofundadores de la firma Gonzalo Begazo, Luis Miguel Frisancho y Renzo Marrese identificaron que el problema no era solo la demora en los envíos, sino también la ausencia de un sistema capaz de organizar ese movimiento y asegurar trazabilidad.

Ese mismo año nació la compañía en la ciudad de Arequipa bajo el nombre de Chazki, en honor a los jóvenes mensajeros del Imperio Inca.

Inicialmente, la startup partió sus operaciones bajo un modelo B2C, permitiendo que usuarios enviaran paquetes a través de una aplicación móvil contando con el apoyo de repartidores independientes. Sin embargo, con el tiempo, la empresa migró hacia un modelo B2B, enfocándose en prestar servicios logísticos directamente a empresas de comercio electrónico y retail.

“Pasamos de venderle a las personas para que se bajen una app a relacionarnos con empresas que tenían necesidades logísticas más complejas, ofreciendo nuestros

servicios para que pudiesen enviar sus paquetes a través de nuestra flota de choferes que en un principio eran solo motos”, dijo Begazo.

En ese camino, uno de los desafíos iniciales para la firma fue convencer a las empresas de priorizar la experiencia del usuario, más allá de reducir únicamente el costo por envío. “Hoy todo el mundo entiende que tienes que tener una experiencia de usuario. Al principio, la barrera era educar a las empresas sobre ello”, añadió el ejecutivo.

A medida que el negocio crecía, la compañía también detectó la necesidad de expandirse regionalmente, ya que los volúmenes de operación en Perú eran significativamente menores que en mercados como México.

Ese contexto llevó a la empresa a proyectar su expansión regional, inicialmente con la idea de ingresar a Colombia y luego avanzar hacia Chile y México.

No obstante, durante ese proceso, en 2016 la compañía entró en contacto con

Endeavor, organización que inició un acompañamiento para evaluar su potencial de crecimiento. Allí, Begazo planteó como objetivo presentar Chazki a Mercado Libre.

En una conferencia en Punta del Este, logró reunirse con su fundador, Marcos Galperin, quien le planteó la posibilidad de operar en Argentina, en medio de una huelga que había paralizado cerca de 300.000 paquetes.

Ese encuentro modificó el plan original y llevó a la

firma a partir con sus planes de expansión en el mercado trasandino. En ese momento, Chazki realizaba cerca de 3.000 envíos diarios en Perú, según el ejecutivo, y en su primer año en Argentina alcanzó alrededor de 6.000 despachos por día, duplicando su volumen.

Hoy la compañía realiza cerca de 150.000 envíos diarios en la región y ha consolidado una cartera de clientes que incluye a Fala-bella, Nespresso, Amazon y Telefónica.

hacia las cinco ciudades más importantes del territorio nacional.

De acuerdo con Sebastián Araya, *country manager* de Chazki Chile, la firma apuntará a operar con “canales más grandes, relaciones más regionales y estructuras operativas más delgadas”.

Estas metas se dan tras un crecimiento cercano al 60% registrado por la compañía durante 2025, ritmo que esperan mantener en los próximos años. De acuerdo con Begazo, el objetivo es que “en tres años Chazki