LITORALPRESS

Fecha: 24-08-2025
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero - DF Mas
Tipo: Noticia general
Título: CÓMO AGENDAPRO LEVANTÓ US$ 35 MILLONES: OBSESIÓN, NETWORKING, GANADORES Y DESGASTE FISICO

Pág. : 42
Cm2: 678,7
VPE: $ 6.013.978

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida

POR JUAN PABLO SILVA - FOTO: VERÓNICA ORTÍZ

CÓMO AGENDAPRO LEVANTÓ US$ 35 MILLONES: OBSESIÓN, NETWORKING, GANADORES Y DESGASTE FÍSICO

AgendaPro, la startup chilena de software para negocios de servicios, acaba de levantar US$ 35 millones en una ronda liderada por Riverwood Capital, donde también entró Kayyak Ventures. Con 20 mil comercios y US$ 10 millones en ventas anuales, busca llegar a US$ 100 millones en 2030. Su CEO, Julio Guzmán, cuenta cómo lo logró, lo que tuvo que sacrificar y qué viene en el futuro.

"Si algo me define es ser obsesivo", dice Julio Guzmán, fundador y CEO de AgendaPro, la startup que digitaliza negocios de servicios por cita -desde peluquerías hasta centros de salud-. Y no exagera. Usa una pulsera Pavlok que le da corrientes para dejar de morderse las uñas, porque su hija de un año y medio comenzó a imitar su mal hábito. Durante la serie B se impuso ir al gimnasio todos los días a las 6 a.m., subió 10 kilos en músculos y, mientras estaba en la lista de espera para el MBA en Chicago, armó una lista de contactos -entre ellos Álvaro Saieh- para asegurarse de entrar.

Además, desde hace más de seis años él personalmente responde el chat de soporte todos los sábados y domingos. Esa obsesión por el producto -que comparte el equipo- es una de las razones por las que han llegado donde están, dice el CEO. La obsesión por encontrar soluciones a los clientes.

Esa misma obsesión explica cómo una empresa nacida en 2014 sobrevivió al estallido social perdiendo el 90% de sus ingresos, se mudó a México, pivoteó, sumó 20 mil comercios, factura hoy US$ 10 millones (ARR) y acaba de levantar US$ 35 millones con Riverwood, el fondo estadounidense que gestiona más de US$ 6 mil millones en la región.

La relación con Riverwood viene de hace años. En junio de 2022 fue el primer intercambio de correos, cuenta Guzmán. Venían saliendo de Y Combinator, habían levantado una ronda con inversionistas chilenos y recién asumía como CEO. Antes de él, lideró la empresa otro de los fundadores, Nicolás Rossi, hoy jefe de producto en BUK. "Me fui a vivir a México y en el contexto de ese cambio dije: 'voy a conocer a todos los fondos que miren Latinoamérica'. Me hice una lista en Excel y contacté a 50 de ellos", recuerda.

Se juntó con Federico Storani, director ejecutivo de Riverwood, y éste le dijo que ellos eran un fondo de crecimiento, que invierte desde serie B en adelante en empresas que facturen más de US$ 10 millones. "En ese momento nosotros vendíamos US$ 1,5 millones", cuenta Guzmán, "pero fue bien visionario y me dijo: 'Depende de cuánto crezcan'". Desde ahí, el CEO de AgendaPro le mandaba reportes cada seis meses.

LTF

En abril del año pasado Guzmán recibió un llamado de un número desconocido de Estados Unidos: era Storani. "Julio, te mandamos una invitación a LTF (Latam Tech Forum, uno de los eventos tech más aspiracionales de la región) en noviembre pasado y no nos has contestado", le dijo. El chileno -confiesa- no sabía lo que era ese evento. Pero hizo las averiguaciones correspondientes "y me di cuenta de que es brutal, que todos quieren estar ahí y que tenía que ir", asegura.

Un amigo le recomendó llegar dos días antes para hacer networking en el lobby del hotel y llegar bien, "pero no sabía muy bien cómo presentarme en ese evento", dice. Por eso, "creé un personaje y escribí cómo se viste Julio Guzmán, qué dice Julio Guzmán y qué hace Julio Guzmán. Siempre tiene que verse ocupado, tenía que tener una reunión cada 30 minutos".

Y nuevamente hizo un listado. Esta vez, de todos los fondos presentes en el evento, los categorizó por orden de prioridad y les escribió a todos los que lideraban la lista. Además, se hizo amigo de alguien que tenía experiencia en estas instancias -no quiere decir el nombre para que éste no crea que fue por interés- para que lo guiara. Antes de llegar al primer día de LTF "estaba agotado, me había reunido con todos", recuerda Guzmán. Una de esas reuniones fue con Riverwood, les mostró el deck y se mostraron interesados, pero todavía no tenían el tamaño. En ese momento estaban llegando a US$ 6 millones de facturación.

Hasta que uno de esos fondos con los que conversó le ofreció un termsheet, querían invertir en AgendaPro. Esto le llegó a Riverwood, dueños de casa, "y se volvieron locos: 'no vamos a perder este deal'", dice Guzmán.

Entonces juntaron a Guzmán con analistas de su firma para ver cómo hacer caber en una empresa como AgendaPro esa cantidad de plata (y que no significara la dilución completa de los fundadores). "Pero los números no daban", dice el ingeniero civil de la Universidad Católica. Avanzaron las conversaciones, pero no prosperaron. Quedaron de hablar más adelante.

Riverwood a la carga

En noviembre de ese mismo año, los fundadores (Sebastián Hevia, Matías Ulloa, Pablo Marambio y Guzmán) y ejecutivos senior de la firma hicieron un *offsite* para planificar los próximos meses. Arrendaron por Airbnb una casa cerca de Melipilla. Uno de los objetivos que se propusieron fue levantar una serie B en 2025.

"Y cuando decidimos levantar la ronda, me propuse entrenar en el gimnasio duro porque el período iba a ser física-

LITORALPRESS

Fecha: 24-08-2025
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero - DF Mas
Tipo: Noticia general
Título: CÓMO AGENDAPRO LEVANTÓ US$ 35 MILLONES: OBSESIÓN, NETWORKING, GANADORES Y DESGASTE FISICO

Pág. : 43
Cm2: 444,1
VPE: $ 3.935.373

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida

LA TRANSACCIÓN INCLUYÓ COMPRAS A INVERSIONISTAS PREVIOS, ENTRE ELLOS CHILE VENTURES, EL PRIMER FONDO QUE INVIRTIÓ EN AGENDAPRO. INVIRTIERON HACE SIETE AÑOS Y MEDIO US$ 120 MIL Y MULTIPLICARON POR 10 SU INVERSIÓN. CON ESO PAGARON TODO SU PRIMER FONDO.

Pablo Marambio, Sebastián Hevia, Matías Ulloa y Julio Guzmán

mente muy intenso. Dije: 'si además de seguir haciendo mi trabajo tengo que cerrar la ronda, va a ser doble, me voy a tener que duplicar en ese periodo y, si no estoy bien físicamente, va a ser imposible'", cuenta. Se empezó a levantar a las 6 a.m. todos los días y a consumir batidos de proteína y creatina. También dejó el fútbol -deporte que practica frecuentemente como defensa central- para no lesionarse. Quería foco total.

A finales de marzo de este año Riverwood volvió a atacar. "Tuvimos tres llamadas y ofrecieron un termsheet", cuenta el CEO. Ya conocían bien la empresa por dentro y en un par de semanas se firmó. Con eso empezó el trabajo en el área chica: ver que la empresa estaba sana.

Fue un periodo estresante. En el día "tenía que administrar la empresa acá y en la noche tenía que estar preparando toda la información, revisando el due diligence y, al mismo tiempo, hablar con mis inversionistas internos", recuerda. "Básicamente tenía tres roles", agrega.

El 15 de julio, asesorados por Matías Zegers y Pilar Ay de DLA Piper, firmaron el acuerdo: US$ 35 millones. A la ronda entraron nuevos inversionistas y otros volvieron a apostar, como Kayyak Ventures. La transacción incluyó compras a inversionistas previos, entre ellos Chile Ventures, el primer fondo que invirtió en AgendaPro. Invirtieron hace siete años y medio US$ 120 mil y multiplicaron por 10 su inversión. Con eso pagaron todo su primer fondo. Y "varios más hicieron hasta 10x", dice Guzmán. Conocedores de la operación afirman que Fen Ventures también vendió parte de su inversión, multiplicando por varias veces el monto invertido. Consultados por DF MAS, declinaron hablar.

Entre los inversionistas ángeles, cuenta Guzmán, el socio de Picton José Miguel Ureta, antiguo jefe suyo en Consorcio y uno de los primeros inversionistas, fue otro de los ganadores.

Con ese capital, el directorio quedó conformado por Guzmán, Ulloa, Federico Storani (Riverwood), Cristóbal Silva (Kayyak) y Justo Ferraro (CEO de Fudo).

Ese martes 15 de julio les llegó el dinero a la cuenta. El fundador de AgendaPro llegó a su casa agotado. Relata que, entre nerviosismo y estrés, pasó meses en que se quedaba dormido a las 12 y se despertaba por primera vez a las 3. Volvía a dormir y a las 4:30 estaba en su escritorio tratando de avanzar. "Decía: 'si le gano a esto, estoy listo'. Trataba de dormir seis horas".

Pero pasó la cuenta. "Ese día llegué a mi casa y mi señora me invitó a tomarnos una copa de vino para celebrar y relajarnos. No quería. Me ofreció pedir algo para comer, pero tampoco quería. Abrí el refrigerador y saqué un pastel de papas antiguo que había, porque eso me permitía irme a dormir rápido", cuenta.

"Al día siguiente me levanté y me dolía todo, un dolor brutal, que no había sentido en mi vida, estaba totalmente bloqueado. Me aguanté una semana, pero cuando no podía más fui a la clínica". El resultado: una hernia cervical por apretar los dientes, por bruxismo. "El periodo no es gratis, hay un costo físico, sobre todo para los que somos muy obsesivos con las metas", agrega.

Al poco tiempo de haber firmado, junto a su señora se enteraron de que serían padres de mellizos.

Confiesa que constantemente recibe feedback de su equipo: "Julio nunca celebra", dicen. "Pero no lo hago porque esto no es una victoria, es un gol en el segundo tiempo del partido. Cuando juego fútbol soy el típico que no celebra hasta el final. Cuando termina el partido me tiro al suelo y no me puedo mover, porque dejé todo. Esa es mi celebración".

"No estamos buscando product market fit"

Con esta ronda, adelanta el emprendedor, quieren llegar a vender US$ 100 millones en 2030 con 100 mil comercios. Para eso, planean usar el capital recibido en expandirse en México, verticalizar el producto, perseguir la creación de productos de inteligencia artificial (ya tienen a Julia, una asistente digital que sirve para agendar, cancelar y atender. Asegura Guzmán que el nombre no es por él, es por la mamá de uno de los desarrolladores) y potenciar el área fintech.

Hoy se definen como el sistema operativo para todos los negocios con reserva. Y aunque "no tenemos un referente claro en Estados Unidos, como quizás lo tiene BUK o Fintual, miramos Vagaro y Buksy, que están creciendo mucho en el mundo", dice Guzmán.

¿Por qué una ronda tan grande? "No estamos buscando product market fit", asegura el CEO. "No es para ir a probar el modelo de negocio a México, sin desmerecer a otros como Toku o Fintual. La mitad de nuestros ingresos vienen de allá, ganamos plata allá, entonces queremos escalar lo máximo posible. Es una ronda de growth", señala. En AgendaPro trabajan 150 personas.

El ego

Guzmán tiene aires de grandeza, quiere dejar un legado y ser recordado. Asegura que esto no lo hace por la plata: "Esa lógica, estas son como fichas de Monopoly. La idea es crear valor al mundo, y que el mundo la rompa, y que, cuando muera Julio Guzmán, alguien diga 'Julia, eso es por Julio, que era el CEO de esa empresa'. Ese tipo de cositas cambian el mundo y hacen la vida mejor para las personas. Es bien filantrópico, pero es lo que a uno le mueve, y a cada uno lo mueven distintas cosas", dice.

- ¿Cómo manejas el ego?

- No sé si tengo ego, soy bien llevado de mis ideas. ¿Qué significa manejar el ego? Esa es la pregunta. No lo manejo, le doy chipe libre. Una vez le escuché a Patricio del Sol: "Tú no tienes que enfocarte en mejorar tus debilidades, tienes que enfocarte en fortalecer tus fortalezas y ser único".

Explica Guzmán su forma de ver la vida: "Es más entretenido si la planificas, porque si no vas a ser víctima de las cosas que te pasan. AgendaPro, para mí, es mi primera startup, no quiero que sea el proyecto para toda mi vida. No significa que no me guste, pero yo estoy creándolo porque quiero cambiar el mundo. Y si te quedas en una empresa mucho tiempo, lo único que vas a hacer es sacarle dividendos, y está bien, pero no generaste un impacto grande".

En esa línea, vislumbra que en 2030-2035 él ya debería estar fuera de la firma, y en parte por eso eligió a Riverwood como socio: "Porque venden las empresas", dice. "Si podemos llegar al IPO y veo que la velocidad es buena, AgendaPro se transforma en el barco por un par de años más, hay una extensión hasta 2035 y ahí deberíamos de alguna forma poder vender. Va a llegar un minuto en que va a estar en mejores manos con otro CEO".

- ¿Y después de 2035?

- Ahí viene un segundo capítulo, que tiene dos caminos. O armar algo en Latinoamérica asociado a banca, o hacer una startup pero en Estados Unidos. Nos graduamos de la liga chilena y vamos a jugar a Europa. Tenemos varias chances de perder, pero al menos va a ser entretenido. Tengo 41 años, pero hasta los 60 voy a seguir.+