LITORALPRESS

Fecha: 17-05-2026
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero - DF Mas
Tipo: Noticia general
Título: CÓMO WEBDOX LLEGÓ A FACTURAR US$ 13 MILLONES Y PERDIO UNA RONDA CON RIVERWOOD

Pág. : 14
Cm2: 658,0
VPE: $ 5.830.771

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida

POR JUAN PABLO SILVA

CÓMO WEBDOX LLEGÓ A FACTURAR US$ 13 MILLONES Y PERDIÓ UNA RONDA CON RIVERWOOD

La empresa chilena de gestión de contratos fundada por José Manuel Jiménez opera en cinco países y tiene como clientes a Mercedes-Benz, Santander, Telefónica y Walmart. En 2024 quedó fuera de una negociación con Riverwood Capital -el fondo terminó financiando a su principal competidor brasileño- y rechazó después una ronda formal de US$ 30 a US$ 40 millones.

Iban bien avanzados. José Manuel Jiménez llevaba meses sentándose con un socio de Riverwood Capital, el fondo de equity growth con base en Estados Unidos. Le había compartido balances, métricas, proyecciones, todo sin firmar un acuerdo de confidencialidad. El fondo sonaba decidido y la operación parecía cuestión de tiempo. Entonces el argentino le dijo que tenía una noticia y lo tenía que llamar. En dos días anunciarían una inversión en su principal competidor brasileño.

"A mí me llegó como un portazo en la cara", dice Jiménez, 35 años, abogado UC, fundador y CEO de Webdox, la empresa chilena de gestión de contratos que partió en 2012. "Yo les dije que me parecía totalmente inaceptable. Tampoco sabía qué estaban haciendo con mi información".

La operación nunca llegó a oferta concreta. La info ya estaba en manos del fondo y Jiménez se quedó con dos cosas: la regla de no volver a conversar sin NDA y una arenga interna que cambió la cultura de la empresa. "Eso me generó la actitud de soldado. No me van a ganar ni cagando. ¿Quiénes se han creído? No tienen idea con quién se metieron", dice. El competidor brasileño levantó US$ 24 millones en esa ronda. Webdox, que no levanta capital fresco desde 2021, hoy factura más que ellos, asegura el chileno.

Empresa real

Webdox es una herramienta de gestión del ciclo de vida de contratos con IA enfocada en grandes corporaciones de Latam. Tiene 150 empleados, más de 800 clientes corporativos, ARR de US$ 13 millones. Opera en Chile, México, Colombia, Perú y Brasil con clientes como Mercedes-Benz, Santander, Telefónica, Walmart, BNP Paribas, Coca-Cola Andina, Lipigas. Cerca del 35% de las empresas más grandes de la región usa el software, dice. La cifra que más le importa a Jiménez es otra: en 13 años, Webdox levantó apenas US$ 11 millones en total. Es poco para una SaaS B2B de su tamaño. La primera entrada formal de capital fue en 2018, con Wayra de Telefónica -vendida después- y un grupo de inversionistas ángeles. En 2020 entró Kayak Ventures en una ronda semilla. En 2021 vino la Serie A, también con Kayak y después, casi nada: "máximo US$ 2 millones más", dice.

Su tesis sobre el capital es ideológica y la repite con un fervor que delata años de pensarla. Hay empresas reales, dice, y hay empresas que viven de la siguiente ronda. "Cuando se invierte capital a ciegas se generan empresas que pasan a ser dependientes del siguiente cheque. La empresa nunca demuestra financiarse por sus propios flujos". Cuando un fondo grande mete millones y exige crecimiento del 100% anual, el founder pierde el control. "Te van a terminar sacando de la gestión porque no logramos lo que dijimos", afirma.

La oferta que dejó pasar

Después de que la conversación con Riverwood se cayó, Webdox abrió en el segundo semestre de 2024 una ronda formal. Esta vez sí hubo ofertas concretas sobre la mesa. Una era de entre US$ 30 y US$ 40 millones, con un fondo que Jiménez no nombra. La rechazó.

Cuando armaron los presupuestos del 2025 con y sin ese capital, el dilema quedó claro. Aceptarlo lo obligaba a comprometerse con un crecimiento que no estaba seguro de poder cumplir. El cálculo de Jiménez fue defensivo, si llega un mega inversionista con un director propio y métricas brutales en mano, y la empresa no logra entregar lo prometido, el equipo termina afuera. "Seamos responsables, sigamos en el camino de entender bien nuestro negocio", fue lo que decidió.

Palta y queso

A los 12 años, Jiménez vendía palta y queso en el colegio. Fue DJ desde octavo básico hasta segundo año de universidad, estudió Derecho en la Universidad Católica porque la familia se lo sugirió. Pero en los primeros años de la carrera ya estaba mirando para otro lado.

En tercer año junto con un compañero hicieron un listado de 15 ideas de emprendimientos. Una de ellas era un buscador de documentos legales para estudios de abogados. Para entender el problema desde adentro se metió a trabajar como procurador en el estudio Guzmán Tributario. En 2012 fundó Webdox con dos socios: el compañero abogado y un amigo ingeniero informático.

Un año y medio después los dos cofundadores se bajaron porque querían terminar sus carreras. Le tocó dar la noticia a los inversionistas tradicionales chilenos que les habían invertido al principio -una oficina de abogados y un par de familias-. "Se les cayó la cara, y quién va a responder con esto", recuerda Jiménez. Decidió seguir solo, sin cofundador técnico, contra el manual de cualquier startup. "Ahí parte la historia de la supervivencia y el carácter de soldado", confiesa.

Pero todavía tenía que rendir el examen de grado. Le quedaban 2 000 páginas y ningún tiempo libre, porque Webdox lo absorbía. Lo que hizo fue reducir el material a letra tamaño 4 para que cada hoja rindiera el equivalente a 20. Estudió seis meses, llegaba a su casa a las 22:00 desde la oficina y se sentaba a leer hasta las 3, 4, 6 de la mañana, todas las noches, "me obligó a optimizar el tiempo absolutamente. A saber que no iba a ser el más mateo, pero sí podía entender la estructura". Sacó un 6 y se recibió.

La curva plana

La idea original -el buscador para estudios de abogados- no funcionó. "Los abogados cobran por hora. Si soy más lento, te cobro la hora igual. La eficiencia no era un valor para ellos". Migró el producto a empresas y vendió primero a departamentos legales corporativos. Coca-Cola Andina y Lipigas fueron clientes early que le abrieron geografía: Brasil, Argentina y Paraguay con la primera; Perú y Colombia con la segunda.

El despegue real fue en 2018, cuando Jiménez se dio cuenta de que el producto no era para abogados sino para toda la empresa. "Un contrato afecta a legal, compras, finanzas, ventas. Los negocios de una empresa son sus contratos". Webdox pasó de Enterprise Legal Management a Contract Lifecycle Management. Ese año la curva empezó a inclinarse. "Por mucho tiempo la curva fue plana, o sea, no había curva. Mucha iteración".

La guerra en Brasil

Brasil hoy es el principal mercado de crecimiento de Webdox y es donde Jiménez tiene la pelea más personal. El competidor brasileño que financió Riverwood opera mayoritariamente en su país de origen. "Tendrá uno que otro cliente en los demás países. Nosotros somos la única empresa de gestión de contratos con IA que domina Latam".

La estrategia con Brasil no fue irse a vivir allá, algo poco común, y explica sus razones: armar un equipo local sólido y aprenderse el idioma. Lleva 1 120 días seguidos haciendo Duolingo de portugués -más de tres años, sin saltarse uno-. Contrató una profesora particular. Hace reuniones semanales con su equipo brasileño exclusivamente en portugués. Ha dado charlas en eventos en São Paulo en ese idioma. "Mi foco fue entender el código de cada país y desarrollar líderes locales. Era más escalable que irme yo a vivir a uno solo".

La meta para Brasil es agresiva: llevar el revenue del país a entre US$ 20 y US$ 30 millones, sólo ese mercado. "Vamos a competir de tú a tú y los vamos a superar. Les vamos a ganar en su propio mercado", dice del rival que financió Riverwood.

- Lo estás tomando como algo personal...

- Sí. Me lo tomo personal porque sé que eso me activa una especie de tentáculo adicional para ganar. +