

Fecha: 31-05-2026
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero - DF Mas
 Tipo: Noticia general
 Título: LA HISTORIA DESCONOCIDA DE TICKETPLUS, LA FIRMA CHILENA QUE A Nasdaq SE PREPARA PARA HACER IPO EN NASDAQ

Pág.: 14
 Cm2: 649,5
 VPE: \$ 5.754.972

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida

LA HISTORIA DESCONOCIDA DE TICKETPLUS, LA FIRMA CHILENA QUE SE PREPARA PARA HACER IPO EN NASDAQ



Esta semana, según adelantó DF MAS, la chilena Ticketplus presentó ante la SEC los documentos para una oferta pública inicial en el Nasdaq. Si la operación se concreta, sería la primera empresa tecnológica chilena en listarse directamente en Estados Unidos. Detrás de la firma están sus fundadores Chien-Fu Chen y Joaquín Jadue, y un tercer socio, Yethro Dinamarca, que entró en 2018 y hoy controla la compañía. Su plataforma transó casi US\$ 270 millones durante 2025, opera en 11 países y, según fuentes al tanto del proceso, podría quedar valorizada en torno a los US\$ 200 millones.

A comienzos de los '90, un emprendedor taiwanés llegó un día con un computador IBM a su casa en Santiago. Era de los primeros PC que entraban al país, tan pocos que la familia tuvo que esperar a que llegara un técnico a instalarlo. Electrónico de profesión, había decidido que el futuro estaba en la informática y que su hijo, Chien-Fu Chen, tenía que aprender si o si a programar. En vez de enseñarle piano, una costumbre extendida entre las familias asiáticas con sus hijos pequeños, le consiguió un profesor taiwanés de la Universidad de las Américas. Chen, de a poco, empezó a programar.

Tres décadas después, la apuesta del padre está a punto de aterrizar en Wall Street. Como adelantó DF MAS, la

compañía que Chen fundó en 2014 junto a Joaquín Jadue presentó este jueves ante la SEC de Estados Unidos los documentos para concretar una oferta pública inicial en el Nasdaq, bajo el símbolo TP. Se llama Ticketplus y opera una plataforma tecnológica de venta de entradas y control de acceso para la industria del entretenimiento en vivo en 11 países de Latinoamérica.

Si la operación se concreta, sería el primer caso de una empresa chilena del sector tecnológico en listarse directamente en una bolsa estadounidense. Los ADRs chilenos vigentes pertenecen a sectores tradicionales como la banca, las bebidas, las utilities, la minería y la aviación. Ninguno es tech. La operación de Ticketplus, dicen quienes conocen el proceso, dejaría a la firma valorizada en más de US\$ 200 millones.

El molido

El nombre de Ticketplus rara vez aparece en los conciertos que llenan estadios. En Chile esos shows los controla Punto-Ticket, hoy parte de Eventim, uno de los gigantes de la industria. Ticketplus nunca compitió en ese mercado. Esa pelea, dicen distintas fuentes consultadas, no era su foco. Apostó por el resto del rubro, mucho más grande y desatendido, como los teatros chicos, las federaciones deportivas, las fiestas regionales, los parques, donde casi no había tecnología.

La compañía prefirió ese segmento -'el molido', como lo llama alguien de la industria-, bastante más amplio, con mucho volumen y de menor riesgo. Por ejemplo, hoy su

tecnología opera en teatros, fiestas y eventos de todo tipo, en partidos de fútbol y en buena parte de los shows de comediantes del país. Por ahí pasó también la boletería del Mundial Sub-20 que se jugó en Chile en 2025.

Según la declaración de registro presentada ante la SEC, durante 2025 la plataforma operó 39.800 eventos, emitió 10,2 millones de entradas y procesó un volumen transaccional total de US\$ 268,9 millones, un 40,6% más que el año anterior. Los ingresos llegaron a US\$ 29,5 millones, con un alza de 64%, y el ingreso neto creció 141% en el ejercicio. Los estados financieros fueron auditados bajo norma IFRS por Baker Tilly, firma registrada ante el Public Company Accounting Oversight Board de Estados Unidos. El documento también consigna 2.800 clientes activos en los once países, con una retención sobre 95%. La planilla directa de la compañía son 34 personas al cierre de 2025.

Fuera de Chile el negocio funciona distinto. En los países restantes donde está presente, Ticketplus no vende con su propia marca, sino que pone la tecnología detrás de ticketeras locales. Un entendido entrega un ejemplo: cuando un argentino compra una entrada en Livepass o un paraguayo lo hace en Ticketea, la transacción la procesan los sistemas de Ticketplus, aunque el comprador nunca lo sepa. Por esa vía su infraestructura ha sostenido la venta de entradas de tours masivos como los de Bad Bunny, Iron Maiden, Justin Bieber y Paul McCartney, y también de las eliminatorias argentinas rumbo al Mundial de 2022.

Fecha: 31-05-2026
Medio: Diario Financiero
Supl.: Diario Financiero - DF Mas
Tipo: Noticia general
Título: LA HISTORIA DESCONOCIDA DE TICKETPLUS, LA FIRMA CHILENA QUE A Nasdaq SE PREPARA PARA HACER IPO EN NASDAQ

Pág.: 15
Cm2: 639,1
VPE: \$ 5.662.740

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: ☐ No Definida

El partido de rugby

A Chen le gustó tanto programar que terminó estudiando Informática en la Universidad Diego Portales. En su último año, por una casualidad, coincidió con Joaquín Jadue, con quien había compartido en el Colegio San Gabriel antes de que Jadue se cambiara de establecimiento. Hacia años que no se veían. Terminaron juntándose en un asado y Chen, dicen quienes lo conocen, notó enseguida que Jadue, ingeniero civil industrial de la Universidad de Chile, manejaba bien la tecnología, algo poco común en esa época.

Acto seguido, montaron una incubadora dentro de un programa de emprendimiento de la UDP. Una de esas ideas fue Ticketplus, que nació por un encargo para armar un sistema de venta de entradas para un partido de rugby. El cliente lo necesitaba en 28 días, un plazo que los proveedores tradicionales del rubro estimaban en más de nueve meses. Lo entregaron a tiempo, y esa arquitectura es el núcleo de la plataforma que 12 años después opera en 11 países. En esos años, describen distintas voces del rubro, el mercado del ticketing chileno funcionaba con plataformas cerradas, sin autogestión, donde todo pasaba por ejecutivos de cuenta. Ellos entraron con la idea contraria, una plataforma autogestionada y flexible, basada en tecnología.

Con los años el negocio empezó a tomar forma. En 2018 entró Yethro Dinamarca como accionista (ver recuadro) y, según cuentan distintas fuentes, ahí cambió la lógica de la compañía. Dinamarca, que estuvo dentro y fuera de la sociedad antes de quedar como controlador, empujó la planificación y la idea de salir de Chile, y ese mismo año la firma lanzó un modelo *white-label*/SaaS para licenciar su plataforma a operadores de la región. En octubre de 2019, durante un desayuno en el Metissage de Vitacura, convenció a Chen, que ejercía como CTO y prefería seguir en ese rol, de que asumiera la gerencia general. Terminó aceptando y pocos días después estalló la crisis social y los eventos se fueron a casi cero.

Luego vino la pandemia. En marzo de 2020 todo se cerró y la industria del entretenimiento en vivo, que era el negocio entero de Ticketplus, quedó paralizada. Testigos cuentan que existieron conversaciones internas sobre cerrar la operación, pero finalmente decidieron mantenerse mientras los socios usaban sus ahorros y los bancos los respaldaban con créditos comerciales. Mientras tanto, reinventaron la operación e incluso hicieron conciertos por streaming. Testigos dicen que al ser una firma tech, eso les permitió mantener ingresos y nunca llegar a números rojos.

De esa crisis salió el giro que terminó definiendo el actual

QUIÉN ES DINAMARCA

Como informó DF MAS en 2024, Yethro Dinamarca es un empresario diversificado que tiene fuertes inversiones inmobiliarias, además de apuestas en distintas empresas de tecnología. Por ejemplo, mantiene un portafolio de activos urbanos que superan las UF 1,2 millones, mientras que en el mercado rural, son casi UF 6 millones. Y en los últimos años, su nombre apareció en dos casos financieros de connotación pública. En el caso Primus, factoring cuyos entonces CEO y gerente comercial, Francisco Coeymans e Ignacio Amenábar, fueron formalizados por irregularidades contables y facturas falsas, Dinamarca coincidió en unos negocios inmobiliarios con ambos. Por ese vínculo previo, su nombre apareció en el peritaje financiero encargado por la fiscalía a la Universidad Federico Santa María y en un informe de KPMG al inicio de la investigación. De hecho, fue Dinamarca el que terminó demandando a ambos ejecutivos por montos impagos. A la fecha, dicen entendidos, mantiene una relación cercana con Eduardo Guerrero, mano derecha del exdueño Raimundo Valenzuela y un vínculo sano con Primus Capital. Dinamarca también figuró en el caso Taurus, cuando un terreno suyo en Parral quedó en el centro de un fondo de leaseback que la administradora reportó como desajustado. Finalmente, en tres semanas las partes llegaron a una promesa de transacción que reemplazaba el activo original por un segundo paño de similares características, sin perjuicio patrimonial para los aportantes. Luego de dicho acuerdo, Dinamarca demandó a los socios de la administradora.

LA COMPAÑÍA CERRÓ EL PRIMER TRIMESTRE CON UN VOLUMEN TRANSADO DE US\$ 100 MILLONES, Y SE TRATA, SEGÚN TESTIGOS, DEL TRIMESTRE MÁS DÉBIL DEL AÑO. PARA TODO 2026, DICEN ENTENDIDOS, LA PROYECCIÓN SUPERA LOS US\$ 400 MILLONES.

momento de la compañía. Concluyeron que el mercado chileno era estrecho y que el motor central tenía que pasar a ser el *white-label*, arrendando su software como un servicio a ticketeras y productoras de toda la región. Esa decisión, dicen consultados, es la que explica por qué hoy están a punto de tocar la campana en Nueva York. "Ellos quieren ser el Nubank del entretenimiento en vivo, porque no compiten con los gigantes como Ticketmaster. Atienden a la industria desatendida".

Quiénes lo conocen describen a Chen como el Tim Cook de la operación, el ingeniero que ordena los procesos y lidera el desarrollo. Dicen que se desestresa programando y que muchas veces llega tarde a su casa y se queda frente al computador hasta el amanecer. Dinamarca, en cambio, mira el negocio desde arriba. Opera desde Miami, donde durante años fue tejiendo la red de bancos, abogados y asesores financieros que hoy hace posible la salida a bolsa.

EL IPO

Para cumplir con los requerimientos de la SEC, durante meses la compañía ordenó su estructura corporativa y se sometió a exhaustivas auditorías por parte de la SEC, bancos de inversión y bufetes de abogados. Fueron más de 10 entidades americanas que los revisaron. El proceso tomó cerca de un año, y durante esos meses los socios trabajaron casi sin pausa, dicen quienes los siguieron de cerca, partiendo varios fines de semana a las 6 de la mañana.

El proceso lo acompañan tres bancos de inversión estadounidenses que actúan como agentes colocadores. Bancroft Capital, especialista en compañías extranjeras que se listan en Estados Unidos, fue el primero en sumarse. Detrás vinieron Roth Capital Partners, un banco de inversión fundado en 1984 y dedicado a las pequeñas y medianas empresas, que ha ayudado a recaudar más de US\$ 100 mil millones en cerca de 2.300 transacciones, y MDB Capital, una boutique enfocada en levantar inversionistas antes del IPO.

En el plano legal, sus abogados son Bevilacqua y Lucosky Brookman. Este último es una conocida firma con sede en Nueva York, dedicada a materias de litigación y mercado de capitales, que ha acompañado a diversas compañías en sus procesos de listado en las bolsas estadounidenses.

Todavía no hay número de acciones ni rango de precio definidos. Personas al tanto de la operación señalan que la firma buscaría levantar entre US\$ 25 y 35 millones, una cifra que dejaría a la compañía valorizada en más de US\$ 200 millones. Dinamarca tiene el 76,1% del *voting power*, según el F-1, y Chen un 22%. Su participación líquida -pero al mismo tiempo sujeta a asuntos regulatorios- superaría los US\$ 130 millones en el caso del primero y los US\$ 40 millones en el del segundo.

El F-1 detalla además cómo serán usados los fondos frescos. Cerca del 40% se destinará a la expansión internacional y a eventuales adquisiciones de ticketeras o tecnológicas del rubro, el 25% al desarrollo de la plataforma, un 20% a ventas y marketing y el 15% restante a capital de trabajo. La compañía aclara que aún no tiene compromisos firmados respecto de ninguna adquisición.

Lo que viene

La compañía cerró el primer trimestre de este año con un volumen transado de US\$ 100 millones, y se trata, según testigos, del trimestre más débil del año. Para todo 2026, dicen entendidos, la proyección supera los US\$ 400 millones.

El crecimiento, agregan las mismas fuentes, tiene dos motores. El primero es geográfico. La meta a mediano plazo es llevar la compañía a más de 20 países. Pero el foco real es Latinoamérica, una región donde el entretenimiento en vivo crece a un ritmo varias veces superior al promedio mundial.

El F-1 detalla los mercados donde la firma planea entrar en los próximos 24 meses: Bolivia, Brasil, Canadá, Portugal y España. En esos países fuera de la región la expectativa, dicen las mismas voces, no es ganar mucha plata al comienzo, sino acumular datos sobre el comportamiento del público antes de competir en serio.

El segundo motor es esa misma información. Las cifras que la empresa muestra hoy no incluyen ningún ingreso por explotación de datos, y ahí está, según personas de la industria, buena parte del negocio futuro. Una plataforma como la de Ticketplus, dicen las mismas voces, sabe quién compra entradas, para qué eventos, en qué ciudades, a qué precios y con qué medios de pago, un registro que podría eventualmente monetizarse más allá de la comisión por ticket.

Para echar a andar ese plan, el IPO es clave. Con el F-1 ya presentado públicamente, viene el periodo de roadshow, donde el equipo de la compañía, acompañado por los bancos colocadores, sale a reunirse con fondos institucionales para presentar el caso. Distintas voces consultadas señalan que el calendario de reuniones ya está en marcha, pero añaden un matiz: el Nasdaq solo es el punto de partida para un crecimiento que puede ser exponencial.

La fecha exacta para el debut todavía no se conoce, porque depende de la luz verde de la SEC. Los referentes recientes de la región dan un orden de magnitud. La uruguayana dLocal demoró cerca de un mes entre la presentación pública del F-1 y su primer día en el Nasdaq, en junio de 2021. Nubank tomó cerca de cinco semanas hasta tocar la campana en la Bolsa de Nueva York, en diciembre de ese mismo año.

Si Ticketplus sigue ese patrón, el debut bursátil podría llegar antes de que termine el primer semestre. +

locales@grupoddi.cl
+569 4700 0000

GRUPO DDI

BUSCAMOS PARA IMPORTANTE CADENA

70 >>> 180 a 350 m2.
Locales

Toda la Región Metropolitana