

Felipe Morandé, cofundador del marketplace de entretenimiento infantil y familiar Entrekids.cl

“Tenemos descuentos porque trabajamos en base a gestión de precios”

Armó un negocio tipo Booking de la entretenimiento que hoy mueve US\$7 millones anuales.

FRANCISCA ORELLANA

Felipe Morandé se transformó en la salvación de quienes necesitan salir de paseo con niños. Creó hace ocho años el marketplace de panoramas infantiles Entrekids.cl, el cual se ha convertido en la principal plataforma de venta e información panoramas familiares en Chile, y hoy ha ampliado el negocio a la asesoría tecnológica.

La idea surgió en 2018, aburrido del horario de oficina y sin tiempo para ver crecer a sus hijos, pero además con la clásica interrogante de qué hacer entretenido con ellos los fines de semana.

Con una inversión inicial de US\$160.000, este ingeniero civil industrial de la Universidad de Chile dejó su trabajo en el retail para empezar su negocio junto a un inversionista: “La idea era que los papás tuvieran una guía práctica, rápida y transaccional para llevar y salir con sus hijos. Siempre lo vimos como un negocio interesante y escalable. Había poca competencia en ese momento en el mundo infantil y familiar y vimos que había una oportunidad de tener crecimiento en el mercado más o menos rápido”.

Los inicios no fueron fáciles porque con la pandemia y el confinamiento hubo un momento en que no registraron ventas, lo cual los llevó a incorporar temporalmente la venta de productos infantiles.

“Desarrollamos toda una tecnología para integrarnos a un montón de proveedores de la industria, donde teníamos competidores como Falabella, Mercado Libre, Ripley, y teníamos una tecnología muy similar”, dice.

Hoy agrupan actividades de Funpark, Kidzania, Buin Zoo, Parque Safari, y experiencias que van desde panoramas en parques acuáticos, atracciones, zoo, cafés, plazas, tour, teatros hasta actividades de trekking, donde les cobran una comisión por cada compra que se haga a través de su página.

¿Cuánto gastan los chilenos en entretenimiento familiar?

“En una salida promedio, una familia de cuatro personas, al menos está gastando entre \$60.000 y \$70.000 pesos por ocasión. O sea, el Buin Zoo cuesta en torno a los \$15.900 por persona, si va el grupo familiar ya tienen \$60.000, sin considerar alimentación y estacionamiento, lo cual se puede llegar a los \$90.000. Si es caro o barato depende de cada presupuesto familiar, es adecuado si tienen eso para lograr salir cuatro o cinco veces al mes, porque estamos hablando de unos \$400.000 mensuales en gasto en entretenimiento”.



“La idea era que los papás tuvieran una guía práctica, rápida y transaccional para llevar y salir con sus hijos”, dice Felipe Morandé.

Pero hay entretenimientos más económicas.

“Sí, también hay formas más económicas de poder hacer estas cosas. Por ejemplo, nosotros sí tenemos descuentos para algunos panoramas porque trabajamos en base a gestión de precios. En ese sentido, si uno va en la mañana o un lunes, martes a un panorama versus sábado y domingo, se podría encontrar precios más económicos que en los horarios punta. Entonces, es un poco variable y también depende de la capacidad de consumo que se tenga para salir con los hijos y el hecho que hay algunos otros panoramas que no necesariamente paga toda la familia”.

¿Cómo ha sido el desarrollo del negocio en estos años?

“Las actividades y eventos del mundo infantil y familiar han ido tomando fuerza en el último tiempo con toda esta tendencia de que las pantallas y el exceso de información le están haciendo mal a nuestros niños, hay una preocupación de compartir más tiempo de calidad con ellos. Y así hemos visto que empezó a crecer la oferta y demanda por este tipo de servicios”

Un spin off

Morandé cuenta que, al concentrar la venta e información de grandes y pequeñas empresas de servicios para niños y familiar se dieron cuenta que en ellas había un déficit importante del uso de tecnología, que tuvieran una buena página web, información adecuada para los padres, pero sobre todo pudieran tener un sistema de venta para comprar online, que los llevó a armar un *spin off*, Bookforce, para apuntar a ese nicho.

A la fecha han trabajado con más de 350 empresas en esa área, por ejemplo, con el parque de diversiones inflable Funpark en su desarrollo comercial.

“Hoy estamos más enfocados en el software, crear herramientas y soluciones para el mundo del entretenimiento y negocios transversales. Ya podemos trabajar con una discoteca, un productor de eventos, con una feria gastronómica, pero también con un parque de atracciones infantiles. Nos estamos externalizando ya no sólo con el foco familiar, sino que por el lado más transversal, cualquier negocio”, destaca.

¿Cuánto están facturando?

“Entre Entrekids y Bookforce pasan en torno a US\$7.000.000 (en GMV), que son los montos que pasan a través de nuestras plataformas, donde tenemos más de tres millones de transacciones y más de un millón de usuarios que trabajan con nuestras plataformas.”

¿Logró tener más tiempo con sus hijos o salir más, como quería en un inicio?

“La verdad es que no he logrado estar más con mis niños, es complicado. Lo que sí cambió fue tener mayor flexibilidad. El viernes en la tarde me voy de camping con los niños, me tomo el viernes independiente de que tenga cosas agendadas en la oficina. Y sí me han acompañado a un montón de eventos que tengo justamente por mi trabajo. Hice una combinación de llevar a mi familia a mi trabajo y mi trabajo a mi familia”.