

PRESENTACION ▶

COMISION DIRECTIVA ▶

COLABORADORES ▶

SPONSORS ▶

PRENSA ▶

EMPRENDER PARA
EL FUTURO.

ENCUENTROS ▶

CAPACITACION ▶

PROGRAMAS ▶

ASESORAMIENTO ▶

INTERCAMBIO ▶

ORGANIZACION CIVIL
PARA EL DESARROLLO
DE LA ACCION SOCIALMENTE
RESPONSABLE EN ARGENTINA

BIENVENIDOS

CONTACTO

EMAIL

MAPA

HOME

Lo bueno viene en Valija Chica

Wouter Van Landeghem, es un abogado belga que llegó al país en el año 2001. Esta casado con una artista plástica argentina con quien tiene tres hijos. Debido a la crisis que afrontó el país en el año de su llegada, emigró hacia Montevideo donde se desempeñó como gerente administrativo y financiero en una Terminal de contenedores. A su regreso al país, a fines del año 2006, decide emprender este nuevo concepto llamado regalos de experiencias. A través de una amiga en común, conoce a Nahuel Filardi Sabín, con quien se asocia para llevar adelante el proceso de tener la empresa propia.

-¿En qué consiste su emprendimiento?¿Qué es Valija Chica?

Wouter: Valija chica propone un concepto original y novedoso de "regalos de experiencias" para empresas y particulares: con una Valija Chica regalás la posibilidad de elegir y disfrutar de una experiencia inolvidable. El cliente sólo tiene que elegir la temática del regalo y el beneficiario es el que elige qué experiencia vivir. La persona que recibe el regalo disfruta por partida doble, cuando lo recibe y cuando toma la experiencia. Una Valija Chica contiene una original caja con un voucher y fichas con información detallada e ilustrada sobre cada experiencia elegible. El voucher permite reservar la experiencia elegida a través de nuestra página web.

-¿Cuándo y dónde se creó este emprendimiento?¿Cómo surgió esta novedosa idea?

Nahuel: Iniciamos el emprendimiento en septiembre de 2007 con el objetivo de lanzar la empresa para fin de ese año.

Wouter: El concepto nació en Bélgica en el año 2000. Participé en el arranque del emprendimiento pero me mudé a la Argentina en el inicio del 2001. Tuvo mucho éxito y se expandió rápidamente en toda Europa.



-¿Por qué se decidió por este rubro y el segmento de los regalos personalizados?

Wouter: Las empresas hoy buscan innovar año a año y sorprender al empleado o al cliente. Se fijan en el costo de acuerdo al presupuesto que tengan para ese año, pero la originalidad y la calidad de servicio del proveedor ¡son claves para definirse con el fin de hacer el mejor regalo! Valija Chica ofrece esto.

-En forma resumida, ¿qué tipo y cuántos productos/servicios ofrece?

Wouter: La gama inicial es "placeres gastronómicos" (2 personas), "Relax" (para 1 o 2 personas), "Bienestar" (para 1 o 2 personas), "Hoteles Boutique" (2 personas), "Imagen y Belleza" (1 persona). Estamos trabajando para agregar en cuanto antes una Valija Chica "Aventura" y una con "Fin de semana a todo football". Hay actividades que queremos ofrecer pero que son difíciles de incorporar dentro de un paquete de alternativas. Vamos a ofrecerlas a través de nuestra página web bajo los rubros "Experiencias VIP" y "Eventos". Ahí se va poder comprar una experiencia específica como

regalo. El contenido va ser variado, original y exclusivo.

-¿Cómo y en qué tipo de lugares comercializan sus productos/servicios?

Nahuel: Las Valijas Chicas se puede comprar online a través de nuestra página web. Para llegar al consumidor final iniciamos

negociaciones con locales y sitios web donde la gente compra regalos. Disquerías, librerías y locales multirubro son el objetivo al cual apuntamos.

-¿Cómo se posicionan dentro de este rubro tan particular?

Wouter: La realidad es que somos los únicos en el mercado que desarrolla este tipo de productos por lo que el posicionamiento se da naturalmente por lo novedoso y original del concepto.

Nahuel: Con el desarrollo de experiencias vip y eventos únicos buscamos que cuando las personas piensen en experiencias, en vivir algo diferente, piensen en Valija Chica.

-¿Qué rasgos diferenciales poseen?

Wouter: Las Valijas Chicas se diferencian desde el concepto: ofrecer la posibilidad de elegir. La presentación es muy especial e invita a investigar el producto a fondo.

Nahuel: La flexibilidad del producto también es un valor muy importante. El cliente corporativo tiene la posibilidad de incluir diferentes servicios y hacer un mix dentro de una Valija Chica, como así también solicitar el armado de una valija temática en particular. Ofrecemos diferentes posibilidades de personalizar cada Valija Chica con un mensaje, y el logo de la empresa.

-¿A qué tipo de cliente se dirigen? ¿Qué es lo que busca y valora este tipo de persona? ¿Cuáles son las claves para generar productos/servicios para este público?

Wouter: Nos dirigimos a un público amplio, tanto empresarial como particular. Nuestra gama de regalos cubre diferentes gustos y presupuestos. Uno elige según el presupuesto disponible y la relevancia que tenga el beneficiario para esa persona o empresa. Es clave ofrecer servicios de alta calidad. Las expectativas que genera el producto se deben cumplir.

Nahuel: Como el concepto da para múltiples temáticas es muy importante pensar en función de los diferentes perfiles de consumidor dentro de nuestro público. Un/a joven seguramente va a estar interesado en una Valija Chica de aventura o en pasar una noche en un hotel boutique mientras que una señora seguramente se inclinó hacia una de bienestar.



-¿Qué dificultades afrontaron ustedes como empresa y cómo las superaron?

Nahuel: Costó generar interés por algo tan novedoso, no nos beneficio la incertidumbre por las elecciones presidenciales y una alta demanda de los prestadores en aquel momento. Fuimos adaptando el producto y su funcionamiento a las necesidades del mercado local y llegamos a una oferta que nos enorgullece tanto por el contenido como por la presentación y diseño.

-¿Cuáles son sus planes a futuro? (nuevos productos, tendencias, mercados, etc.).

Wouter: Nuestra primera preocupación es generar una demanda interesante para los prestadores que nos acompañen. Queremos incorporar puntos de venta y ampliar las alternativas geográficamente. Deseamos poder celebrar alianzas afines de poder ofrecer el concepto en otros países de la región.

-¿Cómo fue que conocieron INICIA?

Nahuel: A través de Internet conocí INICIA. Al poco tiempo me anoté en el primer curso y a partir de ahí quede enamorado con el trabajo de la asociación. Desde entonces hemos participado en varios programas de los que siempre nos hemos llevado un enorme valor agregado.

-¿Qué le recomendaría a un emprendedor que recién se inicia para que tropiece lo menos posible?

Wouter: Tener una idea y un concepto claro como punto de partida es clave. No obstante se debe mantener flexible para adaptarse a las necesidades del mercado.

Nahuel: Es muy importante saber a donde se quiere llegar y ser perseverante por sobre todas las cosas. Si realmente sienten pasión por lo que idearon y hacen, ya cuentan con el ingrediente clave. Para el resto de las cosas necesitan la cabeza y mucha paciencia.

Más información en www.valijachica.com.ar

Optimizado para resolución 800 x 600
Copyright 2002@ INICIA Bs As Argentina

netizen
A DIGITAL COMPANY

comuniDAR
comunicación desarrollada
por voluntarios en Argentina