



Combi Eventos

La pasión por los viajes transformada en negocio

Constanza Cabrera y Alejandra Cordero son dos amigas de espíritu libre y mentalidad emprendedora. Ambas ingenieras en turismo y que, motivadas por sus experiencias de viaje y la pasión por las "Combis" Volkswagen, decidieron crear un negocio en el que la principal herramienta de trabajo fuera el clásico vehículo, el que reacondicionaron mecánica y estéticamente, convirtiéndolo en un bar móvil. Atendido por sus propias dueñas, la combi es arrendada para fiestas y eventos privados, principalmente en la Región Metropolitana. Para junio de 2014, las socias planean viajar al Mundial de Fútbol en Brasil, ya que lo consideran una gran oportunidad de negocio y un buen momento para divertirse. Sin embargo, considerando la poca experiencia en el rubro, no tienen claridad de cómo sacar adelante este desafío.

"Dentro de las proyecciones está ampliar el abanico de servicios, comprando y refaccionando más combis, pero no sólo dedicadas al expendio de alcoholes, sino que a la venta de productos gourmet y helados artesanales".

Dos chicas de espíritu libre

Antes de presentar su tesis y titularse, Constanza decidió comprar una combi para cumplir así el sueño de toda su vida: recorrer por tierra diversos países de Latinoamérica. Durante el viaje, en distintas playas utilizó la combi para vender bebidas con y sin alcohol, para así financiar el regreso, percatándose de lo rentable del negocio.

A su regreso a Chile, compartió la experiencia con su amiga y compañera de carrera Alejandra Cordero, quien la convenció de no vender el vehículo y continuar la

aventura, pero ahora en territorio nacional y haciendo de la experiencia de Constanza una sociedad empresarial. Convencidas de la viabilidad de la idea, como primer paso decidieron trabajar juntas en el proyecto de tesis, el que consistió en el diseño de una combi-bar pensada para recorrer distintos puntos turísticos del país.

La Volkswagen de Constanza debió sufrir varias transformaciones que en total demoraron alrededor de un año. En primer lugar, el vehículo fue afinado mecánicamente y se cambió la estructura, haciéndola descapotable. Además, se trabajó en el diseño interior, pensando en las exigencias del Ministerio de Salud (por trabajar con bebidas y alimentos), incorporando piso de aluminio, lavamanos, un televisor plasma y una barra. También se modificó el exterior, pintando por completo cada rincón de la combi con dibujos propios.

La inversión total, incorporando el precio de compra de la Combi, fue de cinco millones de pesos. El dinero lo reunieron trabajando como bartender los fines de semanas, consiguiendo créditos bancarios y préstamos familiares.

El negocio de la combi-bar

La combi-bar es arrendada a empresas y personas naturales, ya sea para eventos o fiestas privadas. La publicidad del servicio se trabaja mediante un libro de fotografías que los clientes pueden revisar en las redes sociales.

En la semana de Fiestas Patrias de septiembre de 2013, Constanza y Alejandra trabajaron en Pichilemu, específicamente en un camping del sector de Punta de Lobos, donde se realizaba un campeonato de surf. Las socias consiguieron gratuitamente un espacio, acordando volver para futuros campeonatos durante el verano de 2014, pero esta vez cancelando un arriendo por ocupar algún sitio. Para la oportunidad concesionaron una máquina schopera de una prestigiosa marca de cerveza artesanal, facilitando vasos y sombrillas corporativas.

Un segundo evento, planificado para octubre de 2013, fue la novena versión del Oktoberfest, fiesta de tradición alemana, que celebró su novena versión en la localidad de Malleco. Para esa oportunidad, las socias arrendaron la combi a la empresa Barrachoppera, la cual presta servicios de distribución de cerveza y el arriendo de máquinas de schop a diferentes cervecerías. Constanza y

Alejandra aprovecharon la cobertura mediática y la gran asistencia de público al evento para repartir publicidad sobre sus servicios y así promover sus servicios.

Dentro de las proyecciones está ampliar el abanico de servicios, comprando y refaccionando más combis, no sólo dedicadas al expendio de alcoholes, sino también a la venta de productos gourmet y helados artesanales. Ya han dado un paso en esta materia, al patentar el nombre de Combi Eventos, con lo cual abarcan diversos nichos de mercado.

Pero quizás el principal desafío es asistir con la Combi-bar al Mundial de Brasil 2014. Desde 2013 que es su gran anhelo y han trabajado duro para ganarse un nombre dentro del mercado nacional, por lo cual estar presentes en esta cita deportiva, sería el trampolín que las lleve al éxito nacional e internacional. Las socias no tienen los recursos suficientes, y considerando sus deudas, la opción de conseguir algún crédito está descartada. Ante esto se preguntan: ¿qué estrategia debemos seguir para llegar con nuestro negocio al Mundial de Fútbol y tener un gran éxito en las ventas?