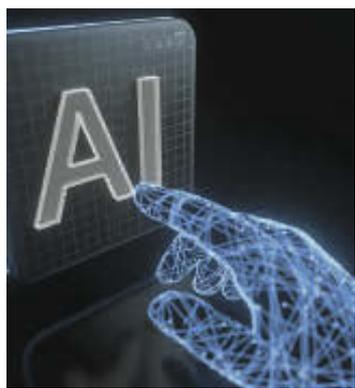


NOS ENTERAMOS DE QUE...

PARQUE COMERCIAL EL TESORO ABRIÓ SU EVENTO "LA SELVA"

El 16 de mayo comenzó, en El Tesoro Parque Comercial, el evento La Selva: una experiencia inmersiva y envolvente que hará sentir a los visitantes en el interior de las selvas colombianas del Amazonas y el Chocó. Irá hasta el 14 de julio y las entradas se pueden comprar en tuboleta.com. El evento es una apuesta educativa a través del reconocimiento de la geografía, la flora y la fauna y las comunidades y los territorios, que ofrecerá a los públicos de todas las edades una inmersión digital a lugares inhóspitos.

PAYANA LLEVA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL A 700 PYMES DEL PAÍS



Según el Dane, en Colombia hay poco más de dos millones de empresas activas, de las cuales el 96,5% son Pymes. La mayoría de los pequeños negocios y empresas unipersonales no superan los cinco años de actividad debido a problemas administrativos, que pueden prevenirse a tiempo. Payana es una fintech que, a través de su plataforma SaaS que integra inteligencia artificial, ayuda a profesionales independientes y propietarios de pequeñas y medianas empresas en la gestión inteligente de pagos, cobros y contabilidad.

CARDIO VID REALIZARÁ EL PRIMER CORRE POR LA VIDA EN MEDELLÍN

La Clínica Cardio VID realizará el domingo 16 de junio la primera versión de la carrera "Corre por la vida", una jornada de salud, recreación y deporte que se suma al auge de las actividades deportivas en Medellín y el país, con un factor educativo diferencial de preparar física y psicológicamente a los participantes mediante cuatro charlas previas a la carrera. "Corre por la vida" contará con tres categorías, 3k, 5k y 10k, y las inscripciones están abiertas hasta el 14 de junio, en el sitio web www.cardiovid.org.co y el valor es de \$120.000.

El emprendimiento paisa al que le puso el ojo Adidas

Son conocidas como las Isabellas, forjaron su amistad en medio del arte, la misma pasión que es la base de Into.

Por ANDRÉS VILLAMIZAR

Dicen que hay mujeres emprendedoras y las de Medellín. Cada quien tendrá su opinión, pero lo que sí está escrito es el valor y la pasión de dos jóvenes de la capital antioqueña para abrirse paso en el mundo de los negocios con su propia marca de bolsos de tela: los populares tote bag. Las dos emprendedoras forjaron Into, una marca con el suficiente nivel de innovación para llamar la atención de la multinacional Adidas y cerrar una millonaria compra.

Así es, la icónica tienda deportiva contactó a las emprendedoras paisas hace casi un mes por Instagram y les propuso trabajar juntos en una campaña para el mes de las madres: por compras superiores a \$1 millón en Adidas, cada cliente se llevará gratis un Into *tote bag* para la mamá del hogar.

Y es que las bolsas de Into no son comunes. Estas tote bag están acompañadas de una correa personalizada que es uno de sus distintivos, pero su razón de ser está en despertar la creatividad del cliente. En ser un lienzo para cualquier catarsis artística que sufra y desee expresar en la tela del bolso.

El emprendimiento tuvo que presentar una propuesta diseñada a la multinacional deportiva, que afortunadamente contó con su visto bueno. El primer día de este mes, las tiendas de Adidas de Medellín, Bogotá, Cali y Barranquilla se inundaron con estos bolsos de tela; esta vez, no solo con las distintivas caritas de Into como logo, sino también con la inconfundible marca de Adidas impresa.

El emprendimiento paisa reconoce que fue un pedido de 1.430 bolsos: una compra millonaria que no esperaba, y tiene muy claro que esa no es la real ganancia, sino la reputación y credibilidad que aporta el hecho de colaborar con una multinacional de ese peso y renombre.

Este hecho no estaba en los planes del dúo protagonista de este texto hace unos cuatro años atrás, cuando comenzaron a dar sus primeras pince-



PARA SABER MÁS

LA MAYOR DIFICULTAD

No todo ha sido color de rosa para las Isabellas. Into tuvo su momento de crisis más grande el año pasado. Estas emprendedoras nunca imaginaron recibir tantos pedidos, la cantidad se comenzó a salir de las manos, sobrevendieron los bolsos y tenían desorden en la contabilidad. "Yo siento que estaba pensando muy grande y todavía no teníamos resueltos los problemas más pequeños", dijo Villa. En el momento de dificultad, un cliente subió un video en TikTok asegurando

que había hecho un pedido hace dos meses y todavía estaba sin recibirlo: "El año pasado tuvimos la peor de todas las crisis, que fue este TikTok que nos funó, pensamos que iba a ser el final del mundo". No fue así. Aunque dicha crisis causó malestar y las Isabellas chocaron ante la presión del momento, decidieron hacerle frente a la situación y solucionar todos los problemas logísticos. Villa comenzó a trabajar de tiempo completo en la compañía y salieron a flote.

1.430

Esta fue la cantidad de bolsos que Into le vendió a la multinacional Adidas.

En medio de esas tardes de pintura, las dos mujeres acordaron probar suerte como emprendedoras. Entre 2020 y 2021, asistieron a ferias comerciales en las que vendieron *hoodies* de la empresa Domecnica. Fue un paso crucial porque entendieron cómo funcionaba la dinámica comercial, lo que despertó aún más el espíritu emprendedor de las jóvenes antioqueñas.

Todo cambió en diciembre de 2020. Desayunaban pancaques de nutella con milo frío en Bogotá, uno de los tantos gustos que comparten, entonces, tomaron la decisión de dar un nuevo rumbo a sus vidas. "Es momento de crear nuestro propio producto", acordaron.

Comenzó la lluvia de ideas. Con lápiz y papel en mano trataron de idear algo diferente.



Isabella Villa e Isabella Posada son las mentes detrás de Into. Se conocieron a sus 15 años, y ya tienen una relación de amistad de más de 10 años. FOTO CORTESÍA

El proceso de creación tardó siete meses, desde diciembre de 2020 hasta julio de 2021, cuando sacaron la primera producción de Into.

Elegieron un bolso porque estaban buscando algo que la gente personalizara fácilmente, que no luciera siempre igual. También, es algo diferente porque la oferta es para hombres y mujeres, y en ese momento no era común ver a un hombre usando *tote bag*.

"Nos dimos cuenta de que estábamos buscando algo fresco en el mercado, algo nuevo. Y, pues nada ilustrado es algo novedoso, lo nuevo era ofrecer un lienzo en blanco que la gente pintara, y eso es lo que son nuestros bolsos", contó Villa. Así surgió Into: bolsos personalizables: se pueden pintar, teñir y traen correas intercambiables que ofrecen 150 combinaciones diferentes.

Algo muy cierto al momento de emprender es que los primeros clientes son familiares y amigos, con Into no fue diferente. La primera producción de 40 bolsos, cada uno a \$125.000.

Las Isabellas comenzaron a promocionarlos a donde iban, los pedidos llegaban por sí solos, y cuando había una nueva producción ya tenían una parte vendida. Una regla de oro fue clave para su consolidación: no gastar un solo peso, sino reinvertir en la compañía, así se multiplicó la producción. Al final de 2021 ya estaban moviendo por lo menos unos \$12 millones.

Una prueba de que van por buen camino es que el año pasado crecieron en ventas 218%, ya que comercializaron 3.500 unidades frente a las cerca de 1.100 del 2022. Un buen síntoma para cualquier negocio, sin duda. Into ahora genera cuatro empleos directos y 50 indirectos.

En el último año han dictado dos cursos y cinco ferias empresariales. Cualquiera diría que son un ejemplo de empoderamiento femenino, también son una hermosa historia de amistad, de la pujanza paisa y de que emprender es posible si a la fórmula se le agrega pasión y creatividad.