Bolsos grandes en Bizkaia

Una farmacéutica vizcaína diseña el bolso que se agota en horas

La 'influencer' Ane Hernando, fundadora junto a una amiga de la firma de moda 'Horia', acaba de lanzar el bolso que se convierte en mochila y que voló de la tienda 'online' el mismo día que salió a la venta

Un bolso grande y versátil diseñado por la 'influencer' de Bizkaia Ane Hernando y su amiga Ana Ayucar. / HORIA BAGS

VIRGINIA MELCHOR

Viernes, 22 octubre 2021, 19:31

Ane Hernando puede presumir de ser la vasca con la 'cuadrilla' más grande del mundo. Para sus más de 283.000 'brigadistas', como llama cariñosamente a sus seguidores en Instagram, es una amiga, otra más del grupo, pese a no haber salido nunca de cañas con ella. «Hija, chicas monas hay muchas, tú tienes que explotar tu carisma», le recomendó su madre cuando empezó en este mundo. Y el consejo surtió efecto. Esta joven de Amorebieta de 37 años ha logrado con su naturalidad y cercanía crear una fiel comunidad que no solo espera impaciente cada una de sus actualizaciones, sino que también celebra sus logros y sufre con ella si las cosas se tuercen, como hace justo un año, cuando ingresó en la UCI por una amigdalitis recurrente que se complicó. De la vida ha aprendido a «relativizar» y de su madre, a ser «autosuficiente». «La figura de 'influencer' está asociada a vidas de lujo y gente con un montón de pasta, pero yo soy una tía currela que siempre me he sacado sola las castañas del fuego», asegura. ¿La clave del éxito? Se muestra humana en vez de perfecta en una red social empachada de purpurina y vidas idílicas.

Ane Hernando posa con su bolso en primer plano. / HORIA BAGS

Un cuenco de macarrones fue la primera fotografía que subió a Instagram hace ocho años, hoy comparte en su perfil sus looks básicos pero con un toque especial. Esta licenciada en Farmacia decidió salir del laboratorio para encontrar la fórmula de la felicidad en la moda. Este mes acaba de lanzar su propia firma, Horia, y su primer diseño, un bolso que se convierte en mochila, se ha agotado dos horas después de su lanzamiento. Es lo que tiene la 'cuadrilla', que siempre está ahí. «Me aposté una cena con un amigo que estaba convencido de que en una

semana vendería todos, yo pensé que sería imposible, pero ahora me toca pagarla», bromea. Perfeccionista y autoexigente, reconoce que siempre ha tenido «el piloto emprendedor encedido». Por eso, en 2018 se lanzó a la aventura de crear una tienda de ropa 'online', 'Look and chic shop'. «Lo hacía todo yo sola, pasaba días y noches en la oficina, fue muy duro, una auténtica locura», recuerda. Pero el percance de salud que sufrió hace un año,- «llego unas horas más tarde al hospital y no lo cuento»-, le convenció de que tenía que bajar el ritmo, de que había llegado el momento de trabajar menos y cuidarse más. «Salí de aquella, pero cambié el chip, no me quise cargar de tanto curro».

Vídeo. Ane Hernando y la modelo Laura Pezonaga cruzan un paso de peatones mientras lucen sus 'Horia'. / HORIA BAGS

Cerró la tienda 'online', pero como siempre se mete «en mil fregados», llamó a su amiga Ana Ayucar, una ingeniera pamplonesa de 38 años con titulación en costura y modelaje, para proponerle crear juntas una firma de moda. «Le sugerí que diseñáramos bolsos, porque sabía por experiencia que se venden muy bien y casi nunca se devuelven, no existe el problema de las tallas. Y también tenía en mente el nombre de la marca», cuenta Ane. Así nació Horia (amarillo en euskera), su color favorito, el que le remonta a las partidas de parchís que echaba de pequeña con su hermana. Ella siempre elegía la ficha verde y Ane la amarilla. «Cuando empecé a crecer me dijeron que era el color de la mala suerte y lo dejé apartado, pero al leer el libro 'El mundo amarillo', de Albert Espinosa, descubrí que existen las personas amarillas, aquellas que te encuentras en algún momento y con las que conectas de

una forma especial. Puede ser alguien con quien te cruzas en el súper y tiene ese 'no-sé-qué' que, desde el primer instante, encaja perfectamente contigo», explica esta emprendedora vizcaína.

HORIA BAGS

Su famoso bolso es una bombonera de piel en color camel que podría parecer la típica de toda la vida si no fuese porque incluye varios detalles que la hacen diferente. Por una parte, tiene doble asa: una para llevar al hombro y otra más larga para poder convertir el bolso en mochila. Estas dos amigas buscaban crear un complemento que se

adaptase al ritmo de vida actual en el que «salimos de casa cargados con el portátil, el libro, el 'tupper'»... Lo especial de su propuesta también radica en que se trata de un diseño personalizable gracias a que comercializan unas elegantes bandas que se pueden añadir al bolso mediante una doble cremallera. De esta forma, aumenta su tamaño y capacidad para cubrir las necesidades de quienes suelen «llevar la casa a cuestas». «Las mujeres Horia son aquellas que salen a primera hora para dejar a sus hijos en el colegio, pasan el día en la oficina, de reuniones, alguna que otra visita a clientes. Salen de trabajar, van al súper a hacer la compra, un par de recados y terminan la jornada en el parque, tirándose por un tobogán con sus hijos», explican estas emprendedoras.

Vídeo. HORIA BAGS

Para evitar que los amigos de lo ajeno hagan de las suyas o que nunca encontremos las llaves entre tantas cosas, también han ideado un bolso de loneta en color amarillo que se puede acoplar a la bombonera para llevarlo en su interior. Además, se puede utilizar como neceser en el resto de bolsos. Su famoso horia, que cuesta 230 euros, está agotado, pero aquellas que ya lo hayan 'fichado' puede dejar su dirección de email en la tienda 'online' para recibir un aviso cuando vuelva a estar disponible, seguramente a mediados de noviembre. La mayoría de las bandas, algunas de ellas elaboradas con telas de la prestigiosa casa textil bilbaína Gastón y Daniela, también han volado ya de la web. Cuestan 39 euros, al igual que el bolso de loneta.

HORIA BAGS

Estas dos amigas querían que su firma tuviese «alma e identidad vasca y navarra», que reflejase su amor por su tierra y sus raíces. «El bolso se fabrica de forma artesanal en una empresa familiar de Alicante, pero

todo lo que podemos lo hacemos aquí. Además, vamos a empezar a trabajar con una asociación local de mujeres, porque queremos hacer una labor social», avanza Ane. Pese al «vértigo» que sienten por haber dejado «el listón muy alto», adelantan que antes de Navidad sorprenderán con «más modelos y complementos». «Hemos escuchado a la gente y haremos alguna modificación en el bolso, sabemos que les va a gustar, porque es algo que nos han pedido», cuenta. Y para el próximo año, tienen pensado lanzar un nuevo diseño «completamente diferente». «Nos vamos a estrujar los sesos para crear un bolso que también se pueda personalizar, pero será de otro rollo». De momento, sus fieles en Instagram, su querida 'brigada', ya han compartido con Ane su alegría por ver a chicas en Valencia, Madrid o Pamplona con el bolso puesto. «Me emocionó mucho el mensaje de una seguidora, a la que habían ingresado por un problema de salud. Me mandó una foto con el bolso en la camilla del hospital». Es lo que tiene la 'cuadrilla' o las personas amarillas, que siempre están ahí.

TEMAS Bizkaia, País Vasco, Pamplona/Iruña, Amorebieta-Etxano, Mujer, Joven, Moda

TENDENCIAS

Comentarios

Los comentarios son exclusivos para suscriptores. Participa en la conversación con nuestros periodistas

Inicia sesión

Suscríbete

TE PUEDE INTERESAR