

B: El País Vasco resiste mejor la crisis pero envejece peor, pág. 127

Vestir con espíritu «funk»

Un amigo que se interesa mucho por la moda ha encontrado este artículo sobre la empresa vasca Skunkfunk. La ropa de esta empresa le gusta mucho, por eso quiere saber más sobre ella. Como no sabe español, te pide que le resumas la información más importante del artículo.

Mikel Feijoo, licenciado en Historia, de 37 años, constituyó formalmente en 1999 la empresa de ropa de la marca Skunkfunk en un palacete próximo a Gernika. A pesar de haber fijado su sede en Vizcaya, eligió un nombre en inglés que pudiera ser pronunciado con relativa facilidad en casi todo el planeta, aunque su traducción literal apenas tuviera sentido (*skunk* es una clase de marihuana y *funk*, un estilo musical). Y gracias a su presentación en festivales alternativos, sus prendas, de estilo urbano y con un aire entre desenfadado y chic, comenzaron a comercializarse desde el principio en tiendas de Portugal, Gran Bretaña, Alemania y Francia.

En seis años, vende sus diseños en 680 establecimientos de 15 países europeos, además de en la ciudad japonesa de Yokohama, San Diego (EE.UU.) y Moscú. Emplea a 20 personas, mantiene en Gernika un almacén de 1.500 metros cuadrados y ha llegado a facturar siete millones anuales. «No somos una marca española, ni local. Es muy difícil ahora mismo sacar adelante con éxito una compañía centrada en un mercado local», defiende el fundador de esta casa textil con connotaciones juveniles, aunque orientada también al público adulto.

[...]

Y si sorprendente ha sido la progresión que en poco tiempo ha alcanzado la empresa, más lo ha sido su proceso de creación. Tras completar la carrera de Historia en la Universidad del País Vasco, Feijoo se trasladó a Londres, donde durante siete años aceptó todo tipo de ofertas laborales que le permitieran subsistir: desde poner ladrillos hasta limpiar alcantarillas o servir copas. Siempre que podía, aprovechaba para viajar, mochila en mano, por medio mundo. Nunca fue un esclavo de la moda. «Hay gente que le da mucha importancia a vestir bien y otros le dan muy poca. Yo siempre he estado en el medio», recuerda. Pero en la capital de Gran Bretaña comenzó a frecuentar mercados en busca de prendas de cuero con fácil venta en España.

Con la ropa que le suministraban los proveedores londinenses, en 1992 inauguró en Gernika su primera tienda, que dos años después cerró para reabrir otra en un local más amplio. [...] Para el año 1996 contaba ya con una colección propia, que se presentó en mercadillos de festivales de música como Doctor Music, Benicàssim o Festimad, donde hizo clientes de diferentes países. [...]

El precio asequible de sus artículos –un pantalón ronda los 60 euros– es, según el fundador de esta empresa, una de sus principales bazas. Otra es el cuidado cosmopolitismo de su imagen corporativa. Cada colección se presenta con fotografías tomadas en una ciudad distinta: si para la del invierno de 2005 Schmitt y Feijoo posaron en las calles de París, jóvenes de origen asiático avanzan las camisetas y faldas de la próxima primavera en las calles de Shangai.

- 3 **la sede** der Firmensitz
- 7 **la prenda** la ropa
- 7 **desenfadado, -a** relajado, -a
- 13 **facturar** aquí: umsetzen
- 23 **el ladrillo** der Baustein, der Ziegelstein
- 23 **la alcantarilla** tubo bajo las calles donde salen las aguas residuales (*Abwasser*)
- 29 **el proveedor** persona o empresa que vende a las tiendas
- 35 **asequible** no muy caro, -a
- 36 **la baza** la ventaja

© Estela Martínez Suero / EL PAÍS S. L. 2006