

Desde la noche de los tiempos, el hombre se esforzó en procurarse aquellos elementos indispensables para su vida: comida, abrigo, vivienda... Para ello, individualmente o en grupo, emprendió nuevas actividades y descubrió nuevos elementos que le ayudaron a mejorar su calidad de vida.

Así, el hombre ha ido avanzando en la conquista de nuevas metas económicas, políticas, sociales, científicas, culturales... y lo ha hecho constituyéndose en grupos, que en el mundo de la actividad económica se denominan empresas.

La palabra 'empresa', como acción que se acomete para obtener un fin y en la que, en general, intervienen varias personas, es el antecedente del otro significado, en el sentido de organización, que, según la Real Academia, significa «entidad integrada por el capital y el trabajo como factores de la

OPINIÓN
J. F. OLASCOAGA
PRESIDENTE DE ENTELGY

LA EMPRESA COMO FUENTE DE CREACIÓN DE EMPLEO



producción, y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios, generalmente con fines lucrativos y con la consiguiente responsabilidad».

'Emprender' y 'grupo' son las dos palabras que definen a la empresa. Otra es la 'innovación', que, aunque parezca una palabra moderna, ha marcado el desarrollo económico y social de la Humanidad.

Integrar los diferentes factores constituye el fundamento del liderazgo. Si tenemos en cuenta que el factor humano es el fundamental, la gestión adecuada de los recursos humanos se vuelve imprescindible para la obtención de los fines de la empresa.

Al factor humano hay que retribuirlo, no solo como un elemento más de la producción, sino con la consideración que se debe a las personas. Éstas tienen nombre y apellidos, y reúnen una serie de circunstancias personales, profesionales, familia-

res y sociales que se deben tener en cuenta no solo para que contribuyan a la consecución de los objetivos de la empresa, sino también para hacerlo compatible con la satisfacción de sus propios fines y deseos.

Integrar todas estas variables: gestión de recursos humanos -con lo que entraña de liderazgo-, desarrollo de mercado, innovación, formación, 'coaching', es imprescindible para que la empresa evolucione y cree riqueza, sin cuyo crecimiento no hay posibilidad de desarrollo económico y social ni de creación de puestos de trabajo.

En una situación como la que atraviesa nuestro país, los poderes públicos deben poner las condiciones necesarias para que las empresas creemos riqueza y, por ende, empleo. La empresa es el marco donde se puede y se debe dinamizar el capital más importante de que dispone nuestro país; el capital humano.

«Empecé a trabajar justo con 16 años, cuando pude tener la cartilla del paro»

David Delfín Diseñador El teatro y la pintura le pusieron en contacto con el diseño, aunque sus comienzos están muy alejados del mundo artístico

ASÍ EMPEZÓ

■ SERGIO MUÑOZ

Inquieto, imaginativo, a veces polémico -o eso esperan de él-, el diseñador David Delfín (Ronda, Málaga, 1970) sorprendió a todos al principio del milenio con una propuesta que mezclaba la moda y el arte en su vertiente más provocadora. Buñuel y Magritte, visionarios del surrealismo, fueron su inspiración. Diez años después, con la firma consolidada, busca, a través de internet y utilizando otros soportes, nuevos caminos a su imaginación.

- ¿Cómo empezó a ganarse la vida?

- Empecé a trabajar justo con 16 años, cuando pude tener mi cartilla del paro, en una óptica de Marbella. Allí estuve hasta los 18. Al principio era el chico de los recados, estaba un poco para cualquier cosa. Por ejemplo, la óptica tenía sucursales en Fuengirola y en Estepona, así que, todos los días, enviábamos material. Por la mañana ha-

cía envíos a través de una empresa de autobuses que se llama Portillo, que está allí en Marbella, y por las tardes volvía también para recoger paquetes. Me fueron enseñando el oficio, poco a poco fui ascendiendo y, al final, empecé a trabajar de cara al público. Como iba a clases de inglés y había muchos extranjeros en Marbella, yo me puse a atender y me quedé como dependiente de la óptica.

- ¿Cuánto ganaba?

- Fue variando, pero serían como 80.000 o 90.000 pesetas. Me parecía que estaba guay. Yo lo entregaba todo en casa y ellos mensualmente me daban una parte. Al final me quedaba con 15.000 ó 20.000 pesetas.

- ¿Cuándo empezó a encaminarse hacia el diseño?

- Siempre me gustó. Viviendo en Marbella, incluso trabajando en la óptica, pintaba zapatos, cogía las camisas de mi padre y las transformaba, les cortaba el cuello, las pintaba con rotuladores permanentes...

- Y en el 89 llega a Madrid...

- Sí, a la compañía de cabaret de Dani Panullo. Permane-

cí unos 10 años trabajando en las diferentes compañías con él y ahí ya estuve muy vinculado al diseño: ayudaba con el vestuario y, al final, me encargaba de él. No hacía la ropa, pero sí me iba al rastro a buscarla y la transformaba. Paralelamente a eso, también pintaba. Siempre me gustó muchísimo y empecé a utilizar la ropa como soporte para la pintura. Se puede decir que llegué a la moda a través del teatro y de la pintura.

- Y en 2001 crea la firma Davidelfín junto a Bimba Bosé y los hermanos Postigo, Deborah, Gorka y Diego. ¿Cómo se gestó esa unión?

- En el 99 arranqué un proyecto que se llamaba 'Sans titre' ('sin título', en francés). Estaba trabajando sobre prendas militares de segunda mano. Durante todo ese proceso, Gorka, Deborah, Diego y Bimba, que eran mis amigos, me ayudaban todo el tiempo. Gorka hacía foto-

grafía. Diego estaba acabando la carrera de audiovisuales y empezamos a hacer piezas de Super-8. Por aquel entonces ya había prensa interesada en mi y Deborah, que había estudiado periodismo, empezó a echarme una mano con estos temas. Y Bimba,

que era mi amiga de siempre, por aquella época se va a Nueva York, empieza a trabajar como modelo de forma profesional y me ayuda siendo la imagen de mi proyecto. O sea, que durante dos años, sin pensarlo, ya estábamos unidos, y nos dimos cuenta de que funcionábamos, de que éramos una máquina.

- En 2002 ocurrió la polémica con su desfile de Cibeles, en la que las modelos salían con la cara tapada y se utilizaba simbología cristiana. Mirando hacia atrás, ¿cómo analiza ahora aquel revuelo?

- La sociedad estaba muy susceptible con un mon-

ton de cosas y se malinterpretó. No sé... Ni siquiera con la distancia es algo que se pueda entender.

Propuestas así había habido miles: una cara cubierta en moda no era una cosa nueva y Madonna ya había salido

en los años 80 con una cruz colgada al cuello. Lo único que puedo pensar es que la diferencia tuviera que ver con la intensidad; hay mucho contenido en nuestro trabajo. Quizá eso fue lo que desató todo, parece que nadie lo atendió o quisieron ver otra cosa.

- ¿Es difícil emprender en la moda española?

- Difícilísimo. La canción de Lola Flores nos viene muy bien: «¿Cómo me las maravillaría yo?». En España la industria va por un lado y el diseño por otro, y siempre pensamos que lo de fuera es mejor. Hacemos lo que está en nuestra mano. Estamos volcados, sobre todo, en la tienda 'on-line', mejorándola continuamente. Son momentos muy complicados, somos inquietos y nos gusta hacer otras cosas... Siempre decimos que la creatividad se agarra a cualquier superficie y esto es lo que nos ayuda a seguir adelante, a poder hacer otros múltiples proyectos... desde luego, de vender ropa no se vive ahora mismo.

- ¿Qué consejo le daría a un joven diseñador?

- Cuando doy clases -colaboro con el Instituto Europeo de Design- les digo que se necesitan cinco factores para que un proyecto de éxito: deseo, interés, humildad, alegría y fervor. Si conjugas estos elementos puedes conseguir tus objetivos. Pero es raro que se den los cinco a la vez, siempre falla alguno. Por ejemplo, en algunos momentos me falta la alegría. No debe ser así. Nos pueden quitar muchas cosas, pero la alegría no. No deberíamos permitirlo.



SOMOS UN BANCO DE CLIENTES, DE DISTINTOS CLIENTES. PERO SOMOS SIEMPRE EL MISMO BANCO POPULAR.