

Entrevista

Paco Cecilio

«Soy un joven, no tan joven, que lo único que hace es trabajar con pasión»



PACO CECILIO ESTÁ DE ENHORABUENA. CUMPLE 35 AÑOS COMO EMPRESARIO DE LA MODA MASCULINA (DESDE 1989) Y LO HACE EN EL MEJOR MOMENTO DE SU CARRERA, CON UN GRAN RECONOCIMIENTO POR PARTE NO SÓLO DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA, SINO DE TODA LA SOCIEDAD EN GENERAL.

C Por **GUILLERMO DOMÍNGUEZ**

Este modisto, que da nombre a dos tiendas en Madrid -la del Centro Comercial La Dehesa (Alcalá de Henares) y Parque Corredor (Torrejón de Ardoz)-, protagonizó en mayo pasado un gran desfile en el Casino Gran Vía, presentando su colección de la temporada primavera/verano 2024, en un multitudinario evento al que asistieron rostros conocidos como el presidente del Comité Olímpico Español (COE), Alejandro Blanco, el humorista Tony Antonio o los periodistas Roberto Gómez, Pipi Estrada, Ana Belén Roy, Juan Ignacio Ocaña y Jesús Álvarez -quien ejerció de maestro de ceremonias-, entre

otras personalidades.

Coqueto, amable, siempre bien vestido y con una amplia sonrisa de oreja a oreja, a pesar de que la vida le ha dado no pocas cornadas. Paco Cecilio se define a sí mismo como “un soñador”. “Lo único que he hecho es trabajar con pasión; soy un joven, aunque ya no tanto, al que le gusta muchísimo su profesión para llegar hasta este año 2024 en el que me encuentro celebrando el 35 aniversario de la marca”, afirma el modisto en una entrevista a CORPORATE realizada en su tienda de Parque Corredor.



“Aconsejo a los que están empezando que tengan los pies en el suelo y no quieran ser más de lo que son”



época de eventos como bodas, bautizos y comuniones. Entonces ahí aparece el tema de la sastrería: yo soy muy fuerte en esa sastrería, la gente no se compra un traje o una americana por internet”, señala.

SOSTENIBILIDAD... Y ESPAÑA

En estos tiempos en los que la palabra de moda es la ‘sostenibilidad’, y con el objetivo de intentar cumplir la Agenda 2030, Paco Cecilio destaca la importancia de “emplear materiales que sean más cuidadosos con el medio ambiente”. “En la mayoría de nuestras colecciones empleamos algodón orgánico, que es un algodón natural que ha sido cultivado con agua tratada, que no tiene fertilizantes, sin cosas artificiales. Hay marcas que utilizan el plástico que se saca del fondo de los mares, que se reutiliza para hacer moda, pero no es nuestro caso”, destaca.

“Paco Cecilio lo fabrica en España. La mayoría de clientes se niegan a comprar cosas de China o países del sudeste asiático, y a mí eso me favorece mucho. Yo hago patria: somos una marca española y

casi todo está fabricado prácticamente en Andalucía. España goza de una salud de hierro en el mundo de la moda. No hay más que ver el caso de dos marcas como Mango y Zara que son punteras en todo el mundo porque la moda española es admirada respetada y valorada a nivel universal. Sin olvidar el calzado, que yo vendo también en mis tiendas. Aquí también somos un referente a nivel mundial, sin olvidar complementos como los bolsos o pieles. Así que, insisto, España goza de una salud de hierro en la industria de la moda y también la textil, que son dos cosas distintas”, asegura.

Y es que el empresario madrileño rehúye de las “enseñas *low cost* procedentes de Asia que llegaron a España al calor de la crisis de 2007. Vinieron a vender moda de muy mala calidad, con precios muy bajos, y eso ha terminado haciendo mucho daño a la moda española. A veces confunden al cliente, que prefiere comprar tres camisas malas que una buena. Esas son camisas de usar y tirar: prefiero comprarme una camisa buena, aunque me cueste 60-70 euros, a otra que en la primera lavada se ha quedado con las costuras retorcidas ha perdido el color”.

LOS MEJOR Y PEOR VESTIDOS

Hablando de vestir bien, el modisto lamenta que ahora en España no se vista “tan bien” como hace 30 años. “En los 90 ibas al banco y cualquier empleado iba con traje, camisa y corbata. Ya no sólo el director. Ahora tú vas a cualquier banco y ni el director ya lleva traje.

Son dos ejemplos de cómo ha evolucionado la vestimenta en España... o, mejor dicho, cómo ha involucionado. Pero me temo que no es sólo de España, sino algo a nivel global”.

En este sentido, Paco Cecilio no tiene tapujos a la hora de señalar qué políticos y personajes públicos visten bien en España y quiénes no. En el primer grupo destaca al Rey Felipe VI, Borja Semper, Santiago Abascal y Yolanda Díaz, que “hay que ver cómo vestía hace diez años y cómo viste ahora, que para mí ha dejado por los suelos a Isabel Presley”.

En el otro lado de la balanza, entre los peor vestidos, destaca “sin querer entrar en ideologías, a la gente de Podemos”, finalizó en la entrevista a CORPORATE.



“Nuestra época fuerte es la que va de febrero a octubre, donde hay más eventos”



DUROS COMIENZOS

“Empecé en el mundo de la moda de la nada, de la más absoluta de las miserias. Mi familia es de clase media, tirando a clase baja, y mis padres no me podían ayudar. Está muy bien todo esto que se cuenta ahora de ‘yo empecé en un garaje’. Todos estos nuevos emprendedores que siempre cuentan la misma historia de ‘yo empecé en un garaje en Silicon Valley’, pero en mi caso es verdad y así lo reconozco en las memorias que estoy escribiendo”, anuncia.

“Apareció entonces un amigo de mi padre, que se dedicaba a la construcción y que en paz descanse. Se llamaba Juan de la Mata y me dio la mejor ayuda que me podía hacer, que es la primera tienda que yo abrí y que actualmente sigue abierta como es la del Centro Comercial La Dehesa. Te estoy hablando del año 1989, no se me olvidará. Entonces la reforma del local costó 6 millones de pesetas (36.000 euros), que ahora podrían ser como 150.000 euros tranquilamente, y sin la ayuda de este hombre todo esto habría sido imposible. Le dije a mi padre: ‘Que el chico me pague cuando pueda’. Fue espectacular

porque ni a mi padre ni a mí nos habrían dado un préstamo en el banco”, señala.

Fue “el impulso para, poco a poco, ir creciendo hasta llegar hasta al día de hoy. Empezamos a tocar entonces todos los palos: trajes, camisas, camisetas, zapatos... La ventaja que yo tuve es que empecé con una franquicia como Rodier, y es el consejo que le doy a todo el mundo, que arranque con una franquicia y luego ya se atreva a volar solo. A mí Rodier me enseñó a gestionar el negocio, a saber comprar, a optimizar los stocks... estuve cinco años trabajando con ellos y luego me di cuenta de que, para ganar dinero, lo mejor es ir por tu cuenta y no tener que depender de un solo proveedor”.

CENTRADO EN LA MODA MASCULINA

De los 35 años que lleva en el negocio, Paco Cecilio tuvo una amplia incursión de unos quince años en la moda femenina, disponiendo de dos colecciones (hombre y mujer) de manera simultánea. “¿Que por qué dejé la moda femenina? Los locales no son demasiado grandes, limitados, y al final decidí aplicar ese refrán que dice

‘zapatero, a tus zapatos’, así que uno debe centrar sus esfuerzos en lo que es fuerte, que en mi caso es la ropa masculina”, afirma.

Tres décadas y media en el mundo de la moda en las que Paco ha logrado “muchas satisfacciones”. “Me siento orgulloso de mi trabajo, de haber arriesgado: hay que arriesgarse porque los negocios son muy bonitos. Como dice el Cholo Simeone, si tú crees en algo y trabajas, se puede”, señala un Paco Cecilio que aspira a seguir manteniendo su propia identidad, la de satisfacer las demandas del cliente en una tienda física más que online.

“Tenemos tienda en internet por una cuestión de imagen y estamos a tope con las redes sociales, es verdad, pero damos muy buen servicio en las tiendas físicas. Mi objetivo es seguir creciendo con la tienda física. Mucha gente visita la tienda online pero acaba comprando en la tienda física porque al hombre le gusta tocar la prenda y probársela, esta es una ventaja para nosotros. Nuestra época fuerte es la que va de febrero a octubre, que es la que yo llamo la ‘época BBC’, que no es Bale, Benzema y Cristiano Ronaldo, sino la

FUTBOLERO Y PRESENTADOR RADIOFÓNICO

Además de todo ello, este veterano empresario se encarga desde el año 2019 de vestir -y muy bien- a los componentes del Movistar Inter FS, mítico equipo madrileño de la Liga Nacional de Fútbol Sala (LNFS) que cuenta con 14 ligas, 13 Copas, cinco Ligas de Campeones y cinco Copas Intercontinentales, entre otros títulos en su palmarés. Y es que Paco es un futbolero empedernido -no oculta su afición al FC Barcelona-, pasión que se encarga de trasladar a las ondas en el micrófono de *Los Panenkitas*, programa que dirige y presenta todos los martes en Click Radio y Radio Intercontinental.

Experiencia desde luego no le falta a Paco Cecilio, “un joven que ya no es tan joven” que de niño soñaba con ser futbolista pero al que el mundo de la moda y la empresa acabó llevando por otros derroteros. “Una de las cosas de las que me siento más orgulloso es de llevar 35 años ininterrumpidamente en el mundo de la moda y los negocios. Siempre quiero remarcar lo de ‘interrumpidamente’ porque hay muchísima gente que empieza en este negocio, o en cualquier otro, y se acaba quedando en el camino en los primeros cinco años por falta de financiación, de experiencia, o por cualquier otro factor”, explica a nuestra revista.

De ahí que se atreva a dar algún que otro consejo al “próximo Paco Cecilio”. “Que tenga los pies en el suelo y no quiera ser más de lo que es, que no viva por encima de sus posibilidades ni se endeude gratuitamente. Es mejor abrir una tienda al año o cada dos años que no abrir 20 tiendas al año porque te acabas ahogando y, claro, luego viene ‘el tío Paco con las rebajas’... y nunca mejor dicho”, dice mientras esboza una sonrisa que inunda todo su rostro. “Ahí está, por ejemplo, la crisis del año 2007: los bancos te cierran los grifos y estás muerto; es decir, tienes que vivir de tus propios recursos y no artificialmente de créditos que, en el momento en el que



“Al hombre le gusta tocar la prenda y probársela, es una ventaja para nosotros”



te cortan la línea de crédito, se acabó tu empresa”, añade.

“HOMBRE DE CENTRO COMERCIAL”

Y es que Paco Cecilio sabe de lo que habla. Llegó a tener nueve tiendas hasta el año 2016 –“siempre en centros comerciales de Madrid porque yo soy un empresario que nació profesionalmente en un centro comercial y me voy a morir en un centro comercial”, explica a CORPORATE-, pero se ha terminado quedando con sólo dos (Parque Corredor y CC La Dehesa) “por circunstancias que no vienen al caso y que te hacen ir replanteándote la vida e ir plegando velas”. ¿Por qué no abrir una tienda, por ejemplo, en el Barrio de Salamanca? “Lo intenté en su momento, pero tuve que descartarlo por los precios y porque, insisto, me encantan los centros comerciales, donde la compra la concibo como un ejercicio de ocio”, responde. “En cualquier caso, yo he cumplido un sueño. Mi historia es la demostración de que los sueños se hacen realidad: quise crecer y llegar lo más lejos posible solo, sin socios sin capital externo, para no tener que endeudarme a pesar de todas las crisis que hemos vivido”.

Un sueño que arranco en el año 1986 en un videoclub, donde Paco vivió su primera experiencia laboral. “Se producían despidos en el mundo de la moda y, con la indemnización, mucha gente montaba un videoclub en aquella época. Madrid y España estaban llenos de videoclubs. Cuatro o cinco años después arrancaron las televisiones privadas, como Antena 3 Televisión y Telecinco, después Canal Plus, y el negocio de los videoclubs acabaría desapareciendo con los años. Yo tenía 22 años: era muy coqueto y me gustaba mucho vestir bien. Diseñé mi propia marca. Empecé primero con una franquicia que se llamaba Rodier, que era una marca francesa y que ya no existe actualmente, y después Paco Cecilio”, relata a CORPORATE.