

David de Castro (CEO). Cervezas La Cibeles

“La Cibeles tiene que ser la cerveza de Madrid”.



David de Castro. CEO de Cervezas La Cibeles

Cervezas La Cibeles, una empresa que comenzó en 2010 de la mano de Enisa con un préstamo de 100.000 €, es la protagonista de nuestro boletín de diciembre. Entrevistamos a su CEO, David de Castro, y brindamos con una de sus cervezas por un nuevo año cargado de éxitos para los emprendedores y pymes de nuestro país.

¿Cómo surge la idea de Cervezas La Cibeles?

Esto es como las estrellas. Hay una vez en la vida de cada uno en que se alinean determinadas circunstancias y te ves abocado a tomar una decisión. Procedo del sector tecnológico, donde había alcanzado lo que quería, pero mi pasión era recuperar las raíces de mis abuelos que venían

de Segovia y hacían bollería casera, matanza...

Hace más de veintidós años, mi hermano me comentó un día que se podía fabricar cerveza en casa y empecé a hacerla como quien hace unas torrijas. Continué con mi vida tecnológica hasta hace siete años, cuando me di cuenta de que no iba a jubilarme como directivo de una



gran compañía ya que, desafortunadamente, en España las canas no se valoran en este sector.

Me planteé invertir en tecnología, pero era arriesgado y a corto plazo iba a encontrarme con el mismo problema. No valía la pena meter todos mis ahorros en esto. Además, quería un proyecto que creciera poco a poco. No me importaba ganar menos dinero, sino asegurarme un futuro y una jubilación estable.

Tras plantearme distintas opciones, me di cuenta de que el mundo de la cerveza era interesante y que la que yo hacía gustaba mucho a la gente. Me la empezaron a pedir mis compañeros, mis jefes, los amigos de los amigos, para bodas, comuniones...

Entonces me planteé que esto podía ser un negocio.

Hice mi estudio de mercado. Las fábricas que había en Madrid las habían cerrado o se las habían llevado a otro sitio. El único fabricante de cerveza con capital español también se había ido a Castilla-La Mancha.

Por otra parte, la cerveza es una sopa de cereales con agua y la de Madrid es conocida por su buena calidad. Bajo esta premisa decidí montar la fábrica y darle el nombre de La Cibeles porque es representativo de Madrid. Estaba disponible, cosa bastante insólita, y lo registré. Diseñé mis propios equipos de elaboración y convencí a cuatro amigos para que me prestasen sus ahorros que, junto a los míos y la financia-

ción de Enisa, nos permitieron iniciar el proyecto y sacarlo adelante.

Y actualmente, ¿qué equipo formáis Cervezas La Cibeles?

Empecé solo y a día de hoy ya somos catorce empleados. Nacimos en medio de la crisis siendo conscientes de ello. Estos seis años de andadura son para sentirse orgullosos. Hemos aguantado la crisis y aquí seguimos, por algo será.

¿Qué perfiles hay que tener para trabajar en Cervezas La Cibeles?

Hay que tener ganas. Esta es una compañía que nace de una persona que es informática. El segundo empleado es albañil, el tercero venía de la hostelería, el cuarto conducía camiones... A día de hoy todos somos cerveceros. Si desarrollas y difundes el conocimiento dentro de la empresa y consigues que las personas sean conscientes de que están haciendo una gran cerveza, entonces la gente está muy motivada.

Comentabas que habías comenzado la empresa en momentos muy complejos para la economía española. Y durante todos estos años ¿qué hitos habéis alcanzado y qué oportunidades y dificultades os habéis encontrado a la hora de empezar a fabricar la cerveza?

La primera dificultad fue la burocracia —como yo la llamo la “burrocracia”—. Al ser un negocio relativamente innovador —no es una panadería o una lechería o un restaurante, que es a lo que están acostumbrados los organismos regionales o municipales—, cuando dices que vas a abrir una cervecería para producir unos cientos de litros al día —y no millones como las grandes fábricas de cerveza— pues claro, no tienen nada que ver las necesidades, el planteamiento, la

“Nacimos en 2010, en medio de la crisis y nos sentimos orgullosos de estos seis años de andadura”.

inversión de una y otra. Los reguladores no están acostumbrados y nos hemos llevado muchos chascos y problemas a la hora de abrir la fábrica, porque las personas que venían a auditarnos del Ayuntamiento o la Comunidad no sabían lo que hacíamos. Al final, te miden con la misma vara que a las grandes. Seguimos pagando los mismos impuestos del alcohol que Mahou o Heineken. Son, sobre todo, problemas a la hora de emprender.

También hemos conseguido hitos. Fuimos creando diferentes variedades de cerveza, personalizándolas y adaptándolas en función a la demanda —no bebes lo mismo en verano que en invierno—. En estos

“Ten socios que no solo crean en ti como persona, sino en lo que haces, en el producto”.

momentos producimos más de veintidós variedades de recetas.

Otro logro fue la creación de la Asociación de Cerveceros Artesanos Independientes, de la que somos los presidentes. Conseguir representatividad dentro de tus propios compañeros de armas y que se nos considere válidos para representar al sector es un hito de La Cibeles.

Y por último la exportación. Estamos vendiendo cerveza en lugares tan dispares como Japón, El Salvador, Panamá, China, Estados Unidos, Suecia, Finlandia... lugares donde no nos movemos por volumen, sino por la capacidad de generar y adaptarnos a los sabores de determinados sitios o clientes. La cerveza que nos piden en China es muy diferente de la que piden en Panamá,



David de Castro en la fábrica de Cervezas La Cibeles

pero podemos crear un valor diferencial utilizando los productos regionales que ofrece España como productor de cereales. En la zona de León se produce el lúpulo que sumado al agua de Madrid, nos da un valor diferente: tres de los cuatro ingredientes tienen origen nacional.

De las variedades que fabricáis, ¿hay alguna preferida por los españoles?

Todas las cervezas se venden, pero hay dos que se venden más. Una de ellas porque es la más parecida a la cerveza tradicional industrial, La Cibeles Rubia, y que sin ser una Lager —como las industriales de aquí— es una Ale, más parecida a las cervezas belgas o inglesas con algo más de sabor, tiene turbidez y un gusto diferencial. La siguiente es la Imperial Ipa, antítesis de la Rubia. Gusta precisamente por su sabor tan diferente que llama mucho la atención. Entre ambas copan un 36 % de nuestras ventas. Pero también tenemos otras variedades: con madroño, con miel o malta de



whisky escocés, con toques ahumados... Se pueden utilizar para cocinar, para combinar platos, como copa o para tapear. Ese factor diferencial marca mucho a La Cibeles. No es solo una cerveza con limón o

sin alcohol o con aroma a barrica de roble, son diferentes cervezas con diferentes aromas, sabores, graduaciones, ingredientes, colores, espuma, con más cereales, con menos, con frutas... La Cibeles es dinámico, I+D, promoción del producto nacional.



En nuestro país la cerveza está superando ahora mismo las cotas de consumo de vino. ¿A qué crees que es debido? ¿Esa cultura de cerveza la hemos tenido siempre en España?

En España se ha bebido mucho vino y seguirá siendo así. Pero la cerveza está subiendo por su coste asequible y eso que la cerveza paga impuestos especiales del alcohol y el vino no. El vino está subvencionado por el Estado porque no paga ningún tipo de impuesto de alcohol. Por otro lado, la cerveza no deja de ser un alimento, ya que es agua y malta de cebada, una sopa fermentada con menor graduación. Hablamos de graduaciones que pueden

variar de los dos/tres grados a los siete/ocho grados. Frente a los doce/trece, quince grados del vino. Quiere decir que puedes beber el doble o el triple de cerveza que vino y si además, el precio es más asequible, es lógico el aumento de su consumo.

Lo que falta en España es cultura cervecera. Aquí se toma como un refresco porque los cerveceros industriales han dado esa imagen. Sin embargo, los cerveceros artesanos lo consideramos un alimento bebible que proporciona al organismo mucho más que un refresco y que no se toma igual en verano que en invierno.

Otro factor son las variedades de sabores. En el vino existen tres variables: tipo de uva, añada y proceso de producción con más o menos tiempo en barrica. En la cerveza hay cuatro variables: agua —en función de dónde la elabores—; malta de cebada —según el tueste varía el olor y el sabor—; lúpulo que le da amargor, sabor y aroma —resinosos,

florales, pináceos, frutales...—, y la levadura que puede dar cervezas con mayor o menor densidad —dulces con poca graduación o más secas—. Además, como en el vino, también está la variabilidad, ya que se puede meter la cerveza en una barrica o se puede mezclar con fruta. La cerveza es un mundo por descubrir.

Ahora que nadie nos oye, ¿la cerveza engorda?

Engorda lo que acompaña la cerveza: la tapita con el trocito de pan. En sí, la cerveza no engorda. He visto grandes bebedores de cerveza muy delgados y grandes comedores tremendamente gordos.

Es cierto que la cerveza tiene azúcares residuales, pero la cantidad de azúcares que aporta a nuestra dieta es ínfima, versus la tapa que nos ponen con ella.

¿Y qué tiene una cerveza fabricada en España para que la compren fuera?

La idiosincrasia del cervecero. Fuera hay más cultura cervecera y, realmente, igual que se prueba un vino chileno o un champán francés, se prueba una cerveza. Las japonesas tienen una base muy curiosa hecha con arroz; hay dos variedades de mejicanas, una de ellas tipo refresco y cervezas que mezclan con chiptles, con cacao, con café y son muy

“Vendemos cerveza en lugares tan dispares como Japón, El Salvador, Panamá, China, Estados Unidos, Suecia, Finlandia...”.



“La Cibeles es dinamismo, I+D y promoción de producto nacional”.

curiosas en su sabor. Cada país aporta algo especial a la cerveza. En la República Checa, gracias a sus aguas, hay unas Lager espectaculares. Y ¿por qué consumimos más de esa cerveza cuando vamos a esos países? ¿No será porque los ingredientes son diferentes? La cerveza que tenemos en España no es desagradable, pero la misma variedad se bebe mejor en otros países porque la hacen mejor: no lleva estabilizantes de espuma, no le echan colorantes. Aquí, cerveceros industriales me han llegado a decir lo orgullosos que están de haber logrado un saborizante de cerveza.

¿Tenéis competidores en España? ¿Cuál es vuestra apuesta diferencial?

Ahora mismo hay más de 330 cerveceras artesanales.

Por nuestra parte, aplicamos parte de una enseña americana emprendedora: “*Think big, start small*” (“Piensa a lo grande, comienza poco a poco”). Nosotros decimos: “*Think global, drink local*” (“Piensa global, bebe local”). Tratamos de que lo que producimos tenga ingredientes lo más próximos a Madrid: desde nuevas variedades de lúpulo de la sierra hasta levaduras autóctonas de la Comunidad de Madrid, que nos va a diferenciar de otros productores de Cataluña, Levante, Andalucía... ¿Es

mejor una cerveza andaluza que una catalana o una madrileña? Los sabores van a ser lo suficientemente diferentes para que —igual que con el vino— cada cerveza se pueda reconocer por su calidad, valor y cualidades organolépticas, que a fin de cuentas es lo que busca el consumidor.

¿Qué supuso para ti la financiación de Enisa y en qué momento llegó?

Llegó a los dos días de montar la empresa. Lo cierto es que no contábamos con ella. Habíamos recorrido un montón de bancos de donde nos iban echando por ser emprendedores. Que Enisa creyera en un pro-

yecto sobre papel y nos ayudase a emprender, hace que la tengamos como uno de los factores referenciales de por qué La Cibeles es lo que es. Nos aportó un impulso económico con unos periodos de carencia muy interesantes que nos permitió ir creciendo y sacando la cabeza.

Y a partir de la financiación de Enisa, ¿notasteis más apertura por parte de otros inversores o entidades financieras? ¿Recurristeis a ellos?

Nunca hemos recurrido a otras entidades porque no creen en el emprendedor. Es ahora cuando se acercan a La Cibeles y es ahora



cuando les devolvemos el mensaje: “No creíste en mí hace seis años, ¿Por qué voy a creer en ti yo ahora?”. La Cibeles a día de hoy es una empresa en números negros. Nos queda un último pago para finalizar el préstamo de Enisa y a partir de enero no deberemos nada a nadie y menos a los bancos.

¿Qué va a ser La Cibeles a partir de ahora? ¿Creceréis a través de inversores privados, no de bancos?

Aún no hemos abierto esa puerta. Ha habido muestras de interés por parte de algunos inversores, pero pensamos que el proyecto debe estar lo suficientemente maduro para darles entrada. El pasado año estuvimos a punto de tener un inversor mediano que veía con buenos ojos el hecho de que

Enisa hubiera revisado nuestros números y nos hubiera prestado dinero, pero la operación se frustró por motivos que ahora no vienen al caso.

2017 va a ser un año de crecimiento exponencial para La Cibeles. Quizás haya posibilidades de volver a contar con Enisa y acceder a un segundo préstamo. Y estaremos encantados de hacerlo siempre que tengamos un plan bien definido de inversión. Ya lo tenemos encima de la mesa y el próximo año podríamos dar un salto donde Enisa nos vuelva a acompañar.

¿Y cómo ves la empresa en un futuro próximo? ¿Qué proyección tenéis?

A cinco o diez años, La Cibeles tiene que ser la cerveza de Madrid. Hay

empresarios y cerveceros industriales antes vinculados a Madrid que se han ido a producir a Guadalajara o a otros sitios y que para innovar son comprados por otras empresas, porque se han olvidado de hacer lo que hacían: era buena cerveza. No sé si lo conseguiremos, pero yo voy a poner todo mi empeño para conseguir inversores que nos ayuden a serlo.

¿Y de Madrid al cielo o al mundo?

De Madrid al cielo, sin duda. Ya estoy un poco en el cielo, porque tener números negros en medio de la crisis es un orgullo. Me ha quitado horas de sueño, pero ahí estamos. ¿Al cielo? Sí, pero con los pies en la tierra.

¿Al mundo? Primero tienes que ser rey en tu tierra. Los cerveceros



www.cervezaslacibeles.com



Cervezas La Cibeles fue premiada con el bronce y la plata en 2014 con The International Beer Cup

“¿De Madrid al cielo? Sí, pero con los pies en la tierra”.

industriales se están deslocalizando y esto significa que ya no eres de donde produces y entonces pierdes tus raíces y parte de tu historia.

Si vas a Holanda, donde está Heineken, a Carlsberg en Copenhague o a Guinness en Dublín, resulta que muestran con orgullo sus fábricas pri-



migenias, sus máquinas originales donde empezaron a producir o aún producen pequeñas cantidades. Aquí no pasa eso: se ha vendido todo o los terrenos se han dado para pisos. Al final, ¿qué raíces te quedan cuando trabajas de esa forma? Ninguna, por mucho que te guste hablar de Madrid. Por eso, cada vez más, me siento más afianzado en que La Cibeles es la cerveza que nace y crece en Madrid y La Cibeles no se irá de Madrid.

¿Qué consejos darías para que un proyecto empresarial alcance el éxito?

Primero: tener claro dónde quieres estar dentro de cinco años. Ese es el corto plazo, el primer paso. Pero también pensar dónde quieres estar dentro de veinte años: “*Think big, start small*”.

Segundo: tener claro los valores de tus productos; son tu factor diferencial para el consumidor frente a la competencia.

Tercero: cuánto quieres ganar. ¿Quieres hacerte rico o ir poco a poco y sostener tus ingresos hasta que la compañía pueda ofrecerte lo que estimas necesario?

Cuarto: quién te acompaña en el viaje. Ten socios que no solo crean en ti como persona, sino en lo que haces, en el producto. En este aspecto, considero a Enisa como un socio, que año a año nos ha evaluado. Ha obtenido sus beneficios, lógicamente, pero me ha permitido crecer como yo quería y desarrollar lo que quería.

¿Vale todo el mundo para ser emprendedor?

Vale todo el mundo. Hay personas más lanzadas, pero estoy convencido de que con unas pautas y formación adecuada, todo el mundo puede ser emprendedor.

El CEO de Cervezas La Cibeles

David de Castro

Fundador, I + D en Cervezas La Cibeles.

6 premios Cerveza Internacional.

Juez en la Copa Mundial de Cerveza, European Beer Star, Asian Beer Challenge y otros...

Presidente de la Asociación Española de Cerveceros.

Maestro de la Universidad de Alicante en el Curso de Especialista en Cerveza.

Diseñador de ferretería.



“Enisa es uno de los factores referenciales de por qué La Cibeles es lo que es”.

**Financiación de Enisa
100.000 € en 2010
enisa.es**