



BEBIDAS

Golden Promise pone en marcha una campaña de 'crowdfunding' para su nueva cerveza. **PÁG. 4**



Se buscan mecenas para lograr el sueño americano

INICIATIVAS

La empresa Golden Promise ha puesto en marcha una campaña de 'crowdfunding' para financiar la elaboración de una nueva cerveza y fomentar el emprendimiento

La empresa cervecera aragonesa Golden Promise Brewing cumple un año y quiere hacerlo lanzando una nueva cerveza. Pero no una más, sino una «excepcional». Así que cuando su impulsor Alexander Mabry se dispuso a crear la receta de la que será su nuevo 'sueño americano', decidió contar con unos «ingredientes únicos». Para ello volvió su mirada hacia Estados Unidos, país en el que inició su andadura como artesano de cerveza. Pensó primero en los lúpulos cultivados en el valle de Yakima (Washington), en concreto de la variedad ekuanot, que se distinguen por gran contenido de aceites que aportan unas deliciosas notas cítricas, tropicales y herbales, explica Mabry.

Este productor tenía dudas con la levadura a utilizar hasta que «por casualidad» encontró en internet un hilo de un chat



La empresa cervecera prepara nuevas acciones para celebrar su primer aniversario. G. P. B.

«en el que hablaban de una levadura líquida de una empresa de Oregón, que describían como excepcional». Decidió que ese sería también uno de los ingredientes. ¿Y las maltas? Mabry explica que después de describir sobre el papel varios productos y cal-

cular el grado alcohólico que quería conseguir se dio cuenta de que «necesitaba algo más, un factor que la hiciera diferente». Y entonces recordó una conversación mantenida unos meses atrás con un piloto de las fuerzas aéreas de Estados Unidos

destinado en Zaragoza, amante de sus cervezas.

El militar le contó que tenía un primo en Texas que se dedicaba a producir malta y que quizá podrían hacer algo juntos. Ese era el momento. Así que Mabry decidió que su 'Sueño americano' llevaría malta de centeno de una recóndita maltería de Texas. Para completar la receta, añadió centeno rojo caramelizado «que le dará un sabor y un cuerpo espectaculares».

Los fundadores de Golden Promise no solo querían un original producto. También deseaban que fuera original el modo de financiar su fabricación y de abrir a la participación de los ciudadanos su nueva creación. Por eso, durante este mes de septiembre han puesto en marcha una campaña de 'crowdfunding' (un micromecenazgo, un mecanismo colaborativo de financiación de proyectos), que permitirá a los participantes

ser los primeros en disfrutar de una cerveza irrepetible, porque «dado lo complicado que resulta conseguir los ingredientes para esta elaboración, muy probablemente no la volveremos a hacer», explica.

Convertirse en un pequeño inversor no tiene grandes complicaciones ni exige un gran desembolso. Solo hay que acceder a la página web de la empresa y clicar en un banner que te lleva directamente a la iniciativa. La cantidad a invertir es variable -hay pack específicos para hostelería- y en función del desembolso se consiguen «recompensas» (vasos, camisetas o entradas para la fiesta de presentación del producto...). Y por supuesto cerveza. Golden Promise tiene previsto producir 2.500 litros de su 'Sueño Americano'. Para su embotellado han diseñado una botella de 75cl serigrafada reutilizable «de la que solo habrá 1.000 unidades», mientras que el resto se presentará en botellines de 33 cl «con un diseño más normal» y en barriles para hostelería.

Ayudar a emprender

En los primeros días de su campaña, la empresa aragonesa ha conseguido rozar los 3.000 euros. Y confían en que el 4 de noviembre a las 23.59 -momento en el que se cierra la iniciativa- hayan alcanzado los 15.000 euros que se han puesto como objetivo. Con esta cifra pretenden cubrir los gastos de producción de su 'sueño americano' y también contribuir a que lo cumplan otros emprendedores. Porque el 10% de lo recaudado irá recaudado a otro proyecto emprendedor «de lo que sea». Así que «todos aquellos que tengan un proyecto, un sueño, algo en lo que creen y quieren poner en marcha pueden enviar, hasta el 4 de noviembre- a info@goldenpromisebrewing un video de 20 segundos en el que expliquen en qué consiste y por qué deben ser los escogidos», detalla Mabry.

No es una decisión puntual y altruista, es una filosofía de empresa, porque Golden Promise quiere además orientar también su marca hacia esa la promoción del emprendimiento. «Ese es el sueño americano».

CH. GARCÍA