

***I'M NOT A BARISTA*, organización sin fines de lucro, conecta tostadores, baristas y amantes del café de todo el mundo en la campaña #brewathome**

La aparición del COVID-19 amenaza el negocio de las cafeterías y los consumidores de café se preguntan cómo ayudar a los tostadores y baristas de su comunidad. *I'M NOT A BARISTA*, una organización sin fines de lucro dedicada a brindar apoyo a profesionales del café, ha lanzado #brewathome, una campaña de redes sociales que conecta tostadores y baristas con consumidores. Mientras alienta a los amantes del café a preparar infusiones en el hogar, *I'M NOT A BARISTA* fomenta redes que permiten a los participantes sentirse seguros en su casa.

«Los baristas unen el mundo mediante una taza de café», dice Micky Wang, fundador de *I'M NOT A BARISTA*. Aunque la iniciativa solidaria comenzó antes de la pandemia global, Micky se dio cuenta rápidamente de la necesidad de apoyar, a través de una campaña de redes sociales, el negocio del café y brindar satisfacción a los consumidores que están confinados en sus hogares porque «si solos somos fuertes, juntos seremos mucho más fuertes».

El buen café crea una comunidad internacional y, en la actualidad, encontrar razones para la conexión es más importante que nunca. Por ello, esta campaña ayuda a los tostadores locales para que puedan seguir activos y alivia la presión económica que ha recaído sobre los baristas con ingresos menguados o que han perdido sus trabajos.



Fotografía de Polina Volkova, Sochi Russia

La campaña #brewathome hace que los tostadores compartan su experiencia con los amantes del café de todas partes del mundo y los alienta a compartir videotutoriales, a través de sus cuentas de Instagram, sobre las infusiones en el hogar, la ciencia del café, cómo degustar y los diferentes orígenes de los granos. Los consumidores encuentran en notabarista.org/brewathome una lista creciente de tostadores del Reino Unido, Europa, Asia y de las Américas. Ellos comparten su conocimiento sobre el filtrado del café y muchos, además, ofrecen descuentos y obsequios para alentar a las personas a infusionar café en el hogar (#brewathome).

La campaña #brewathome estimula las ventas de café, difunde conocimiento y ofrece alegría y conexión en un momento en el que muchos sienten ansiedad y soledad. «#brewathome es la expresión exacta de lo que la comunidad del café sabe hacer mejor: inclusión, apoyo y unión», dice Maja, bloguera especialista en café de Southampton (Reino Unido), una de las responsables de la iniciativa. «Cuánto ayuda saber que hay una red de amantes del café en momentos en que nos sentimos ansiosos, aislados y despojados de nuestra vida cotidiana».

I'M NOT A BARISTA fue fundada en 2019 por Micky Wang. Micky trabajó en la industria del café como director de marketing. En ese rol, talentosos baristas le solicitaron ayuda como patrocinador, pero no pudo hacerlo por restricciones presupuestales. Entonces, su iniciativa surgió de la necesidad de ayudar a los baristas generando conciencia sobre el trabajo que llevan a cabo y apoyándolos en las competencias internacionales. A través de donaciones y de la venta de vestimenta promocional con el eslogan *I'M NOT A BARISTA* se promueven conversaciones entre baristas y consumidores, y se comparten historias cafeteras. Con base en Hong Kong, la organización ha crecido a pasos agigantados desde su fundación y Micky ha convocado ya a cuarenta voluntarios de diferentes partes del mundo que están ansiosos de favorecer a la comunidad de café.

Fotos e imágenes para descargar:

<https://www.dropbox.com/sh/er5rkjo4zzl8qoh/AADIRWxNFTHYRtUDlgbYI7XAa?dl=0>.

Contacto: Micky Wang, fundador y CEO de *I'M NOT A BARISTA*

Correo electrónico: info@notabarista.org

Teléfono: +79109433686

Web: <http://notabarista.org/brewathome/>

Instagram: <https://www.instagram.com/iamnotabarista/>