

HATSU, SEGUNDA MARCA DE POSTOBÓN CERTIFICADA EN NEUTRALIDAD DE MATERIALES

- *HATSU, marca que promueve el equilibrio, perteneciente al portafolio de Postobón, obtuvo la certificación en neutralidad de materiales, convirtiéndose en la segunda de la compañía en conseguirlo, luego de que Agua Cristal recibiera el año pasado la certificación en neutralidad de plástico.*
- *La certificación fue otorgada por el Icontec al reconocer el esfuerzo y el compromiso de la marca al asegurar la recuperación y el reciclaje de la cantidad equivalente al total de materiales como cartón, plástico, vidrio, papel, metal y Tetra Pak, entre otros, que usa para sus bebidas.*

Medellín, 3 de septiembre de 2024. HATSU, marca multicategoría que hace parte del portafolio de Postobón, obtuvo por parte del Icontec la certificación en neutralidad de materiales, convirtiéndose así en la segunda marca del portafolio de la compañía en obtener este reconocimiento, luego de que Agua Cristal se certificara como plástico neutro el año pasado.

Ser una marca neutra en materiales significa que el equivalente al peso de todos los componentes de los empaques y envases usados en las bebidas de HATSU (tapas, etiquetas, botellas de vidrio y PET, plásticos envolventes, pitillos de papel y cajas de Tetra Pak, entre otros) fue compensado, haciendo que los materiales recuperados y gestionados, se reincorporen de nuevo a ciclos productivos.

La certificación fue otorgada por el Icontec, entidad que verificó el cumplimiento de los requisitos contemplados en la norma técnica colombiana Neutralidad de Materiales NTC 6657:2022, la cual promueve el aprovechamiento de materiales y el desarrollo de cadenas de valor sostenibles para contribuir a la meta de reducción de Gases de Efecto Invernadero (GEI) del país al 2030.

“Cada paso cuenta. En HATSU somos coherentes con lo que promovemos: transformar el mundo hacia un futuro más consciente y equilibrado. Esta certificación nos compromete a mantener un sistema circular para los materiales con los que se hacen los envases y empaques de nuestras bebidas como té, agua, sodas, bebidas vegetales y aguas tónicas, evitando que se conviertan en desperdicios”, aseguró María Luisa Jiménez, líder de la marca HATSU.

Ejemplo de esto es lo que ha hecho HATSU con sus cajitas de Tetra Pak, las cuales ha convertido en pupitres escolares, destinados a la comunidad del resguardo indígena Kutunsama, ubicado en las inmediaciones en la Sierra Nevada de Santa Marta, donde entregó 306 piezas de mobiliario escolar hechas con 600.000 cajas de Tetra Pak reciclado

La certificación es, además, un gran avance para Postobón en su propósito de entregar a los consumidores una oferta de productos alineada con la economía circular y ratificar por qué es considerada líder en sostenibilidad, con un especial énfasis en la implementación de procesos circulares desde asuntos como el ecodiseño, la gestión de la cadena de aprovechamiento en el posconsumo, el apoyo a los recicladores de oficio y la educación a las personas en asuntos relacionados con la separación en la fuente y el reciclaje.

El programa de Economía Circular de Postobón cuenta con 30 proyectos e iniciativas en 22 departamentos. Gracias a esto, logró en 2023 el aprovechamiento de 121.143 toneladas de materiales de envases y empaques como PET, Tetra Pak, cartón

y otros plásticos, que se reincorporaron a procesos productivos evitando que fueran a ecosistemas naturales o rellenos sanitarios.

En materia de ecodiseño, la compañía cuenta con botellas como la de Hatsu Water y Agua Cristal, las cuales están fabricadas en un 100% con resina PET reciclada y, en promedio, el 48% del vidrio y el 22% del PET usado en sus botellas fue material reciclado.

Una iniciativa relevante es el programa FARO Postobón (Fortalecimiento a Asociaciones de Recicladores de Oficio), con presencia en 22 departamentos y 39 municipios, el cual mejoró directamente la calidad de vida de 6.635 recicladores, a quienes les brindó un acompañamiento integral, traducido, entre otros, en 3.380 seguros de vida, 175 incentivos para el mejoramiento de sus hogares, 4.965 kits de dotación para ejercer su trabajo y talleres de formación en habilidades para la vida.

“Nos complace mucho saber que las capacidades del Programa de Economía Circular de la compañía, con sus proyectos e iniciativas, permiten la gestión y compensación de la cantidad equivalente a los materiales que usó la marca Hatsu en el año. Esto permitió, como se conoce técnicamente, neutralizar los materiales, demostrando así que hay caminos sostenibles desde la circularidad”, concluyó Martha Ruby Falla, directora de Sostenibilidad de Postobón.

SOBRE HATSU: Hatsu más que una marca de bebidas y alimentos es un espectro de colores y emociones que trascienden a un estilo de vida motivado por el bienestar de sus consumidores. Una marca multicategoría inspirada en personas reales que viven su día a día buscando lo mejor para su mente y cuerpo. Hatsu significa “principio” en japonés, inspirado en el inicio de un mundo nuevo, un propósito que va más allá del gusto y de las reglas: más allá del color. Hatsu hace parte del portafolio de Postobón, compañía líder de bebidas en Colombia.

SOBRE POSTOBÓN: Postobón es la compañía líder en el mercado de bebidas en Colombia, hace presencia en el 90% del territorio nacional llevando productos alineados con las tendencias de mercado. Postobón participa en los segmentos de gaseosas, bebidas con contenido de fruta, aguas, bebidas de nueva generación (tés listos para beber, isotónicos y energizantes) y cervezas. La compañía cuenta con un fuerte ejercicio de sostenibilidad, el cual la posiciona como una de las empresas con mejores prácticas de inversión social privada en el país. Postobón es la primera compañía de bebidas del país carbono neutro. Para más información visite www.postobon.com.

MÁS INFORMACIÓN:

CAMILA NARVAEZ

Analista de Comunicaciones
Postobón
cnarvaez@postobon.com.co

CAROLINA JAIMES

Serna&Saffon Consultores
3016519597
cjaimes@sernaysaffon.com