

AUARA presenta nueva imagen y lanza nuevo formato de 1,5 Litros

La compañía avanza en el desarrollo de su estrategia como empresa social con una imagen renovada y nuevo logo. También lanza su nuevo formato de botellas de agua de 1,5 litros recubiertas con información de AUARA escrita en Braille.

Madrid, 28 de mayo de 2018. AUARA (<https://auara.org>), la primera marca española de agua mineral certificada por Social Enterprise Mark que destina el 100% de sus dividendos a llevar agua potable a personas que no la tienen en países en vías de desarrollo, estrena su nueva imagen y lanza sus nuevas botellas de agua de 1,5L con un innovador diseño con sistema braille para personas con visibilidad reducida. Todo ello con el objetivo de seguir convirtiendo un gesto tan cotidiano como el de beber agua en un acto extraordinario capaz de cambiar el mundo.

Desde que en septiembre de 2016 comenzara a comercializar sus primeras botellas de agua de medio litro con un claro fin social, AUARA ya ha vendido más de un millón de unidades. Gracias a ello, la compañía ha conseguido los recursos económicos necesarios para la construcción de pozos e instalación de depósitos de recogida de agua de lluvia y letrinas en diferentes regiones. En total más de 17 proyectos finalizados hasta la fecha con los que ya ha dado acceso a agua potable a más de 12.000 personas en las zonas más pobres de África, Haití y Camboya.

Nuevas botellas de 1,5 litros con un innovador etiquetado en Braille

Como parte del desarrollo de su estrategia como empresa social y con el fin de seguir ayudando a quienes más lo necesitan, AUARA lanza al mercado sus nuevas botellas de agua en formato de 1,5 litros, que se suman a las de medio litro que la marca ya venía comercializando. De esta manera, AUARA no solo amplía su oferta de producto y responde a la demanda de quienes pedían unas botellas de mayor formato, sino que también *“al llegar a un público más amplio y ofrecer más opciones logramos que se compren muchas más botellas de agua. Esto se traduce en que obtendremos más recursos y podremos incrementar la inversión para el desarrollo de más proyectos que nos permitan llevar agua limpia a muchas más personas que viven en la extrema pobreza en lugares remotos del planeta”*, apunta Antonio Espinosa, CEO y socio fundador de AUARA.



Nuevas botellas de agua 1,5 litros de AUARA

Además, estas nuevas botellas son totalmente innovadoras. Gracias a la colaboración de la ONCE, se ha integrado el sistema Braille de lectura en el Packaging de las botellas donde se cuenta la historia de AUARA y su misión, para facilitar su lectura a personas con visibilidad reducida.

Cabe recordar que el agua de AUARA es un agua de mineralización débil e indicada para dietas pobres en sal. Asimismo, tanto la botella de 1,5 litros como la de 0,5 litros están fabricadas en 100% de plástico reciclado R-PET, siendo las primeras de Europa hechas con este material.

Las nuevas botellas de 1,5 litros se pueden comprar en packs de seis unidades y su precio es de 9,70 euros. Próximamente a la venta en Ahorramás, Carrefour y supermercados El Corte Inglés. Disponible en la tienda online de "www.auara.org".

Una imagen renovada

Además, AUARA estrena una imagen e identidad visual renovada que subraya el espíritu social de la compañía y lo hace bajo un nuevo lema: *'Agua para cambiar el mundo'*. *"El agua es un recurso vital para el desarrollo de cualquier comunidad. Con este nuevo lema queremos dejar claro que sin agua nada tiene sentido. El agua es salud, es alimento, es educación, igualdad y progreso para las comunidades. Y gracias a quienes compran AUARA damos un paso más para crear un mundo mejor"*, señala Espinosa.



Pack de 6 unidades de 1,5 litros de AUARA



Botella de 0,5l de AUARA

Esta imagen renovada se complementa con un nuevo logo más simple y funcional, que elimina adornos presentes en el logo anterior con el objetivo de facilitar su lectura y no perderse en los detalles. También incluye nuevos etiquetados en sus botellas con información clara sobre la misión y logros de AUARA, código QR que redirige a los proyectos realizados y en marcha de la compañía y la expresión *'¡Gracias!'* sobreimpresa de manera destacada. *"Con ello queremos agradecer a todos aquellos que colaboran con AUARA, ya sea comprando nuestras botellas o difundiendo y hablando de nuestro proyecto. Gracias a todos ellos podemos acabar con la sed en el mundo"*, añade.

De esta manera y con estos últimos avances, AUARA da un paso más para la consecución de sus objetivos marcados para 2020, año en el que la compañía espera haber invertido ya más de 2,5 millones de euros en 100 proyectos sociales que permitirían asegurar el acceso a agua potable a más de 50.000 personas.

SOBRE AUARA

AUARA es la primera empresa social española certificada por Social Enterprise Mark. Con el objetivo de revolucionar la ayuda al desarrollo, esta marca de agua mineral invierte el **100 %** de los dividendos que generan con sus ventas en desarrollar proyectos de acceso a agua potable en países en vía de desarrollo. El **proyecto** nació con una clara y proactiva vocación social con la que invita a todo el mundo que la consume a convertir un acto cotidiano como beber agua, en un acto extraordinario. Desde su lanzamiento en septiembre de 2016, ya han dado acceso a agua a más de 15.000 personas y han aportado más de 2 millones de litros de agua potable.

Ha recibido diferentes premios y distintivos desde su fundación. En septiembre 2016 se convirtió en la **primera empresa española** que ha conseguido la certificación **Social Enterprise Mark**, que certifica de manera imparcial su labor social y que los dividendos se dedican a este fin. Durante 2016 recibieron el premio otorgado por **ETSAM**; el **Premio Programa Crece 2016**; **IPA Awards 2016** por su **eficiencia y sostenibilidad**. Además, la Fundación Universitaria San Pablo CEU les ha concedido, en diciembre de 2016, el **premio Ángel Herrera a la Solidaridad**. Por último, hay que destacar que en 2017 Antonio Espinosa, CEO y socio fundador de AUARA, fue incluido en la prestigiosa lista '30 under 30' de Forbes España que reconoce a los 30 jóvenes emprendedores más innovadores del año.