

# Acerca de Postobón

Postobón S.A, hace parte de la Organización Ardila Lülle (OAL) y es la compañía líder del negocio de bebidas no alcohólicas en Colombia. Cuenta con el portafolio de categorías y marcas más desarrollado e innovador del país.

Con más de 110 años de permanencia y tradición en Colombia, participa activamente en el desarrollo económico y social del país, generando valor compartido a los grupos de interés.

Cuenta con 12.500 empleados directos e indirectos, 23 plantas de operación, 66 centros de distribución y atiende 490.000 clientes en Colombia.

Tiene un portafolio de más de 35 marcas propias donde se resaltan las marcas Postobón, Colombiana y Bretaña en gaseosas y Mr. Tea, Hit, y Cristal en no carbonatadas; además es el embotellador de Pepsi para Colombia, y distribuye las marcas Canada Dry y Gatorade.

# Acerca de CCU

Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU), nace en Chile en 1850, cuando se instalan en nuestro país las primeras operaciones cerveceras que a fines del siglo XIX se consolidan bajo el nombre de Compañía Cervecerías Unidas (CCU). Sus principales accionistas son Quiñenco S.A., holding de la familia Luksic, y Heineken, quienes, a través de Inversiones y Rentas S. A., poseen el 60% de la propiedad de la Compañía.

CCU cuenta con el compromiso de más de 7.500 trabajadores y durante el 2013, la compañía produjo 21.9 millones de hectolitros de bebestibles, los cuales fueron vendidos a través de la robusta red de distribución de la compañía que cuenta con más de 330 mil puntos de venta en 5 países de Sudamérica, donde ofrece su amplio portafolio de diferentes formatos de productos e interesantes actividades promocionales lo que permite que millones de personas disfruten de la experiencia del "mundo de sabores" que ofrece CCU, como lo refleja en su slogan.

En cada lugar donde está presente, CCU se preocupa de contribuir más allá de la generación de empleo. También colabora en el desarrollo de las comunidades, la preservación de los recursos naturales y el respeto por el medio ambiente. La promoción del consumo responsable, el apoyo a las actividades deportivas, artísticas y musicales les ha permitido acercarse a la sociedad con sentido de participación, como un activo ciudadano corporativo en lo económico, social y medioambiental.