



Informe de Administración del ejercicio económico 2019

Beverage Brand & Patents Company BBPC S.A.

Introducción

Desde sus inicios en el año 2019, Beverage Brand & Patents Company BBPC S.A. (BBPC) se ha enfocado en administrar, custodiar y defender los intereses de la compañía respecto a la propiedad intelectual de sus marcas, lo que ha permitido mantener nuestro portafolio de marcas protegido y blindado frente a terceros.

Las marcas Pilsener, Pilsener Light y Club son las primeras marcas que componen el portafolio de BBPC, las mismas que han seguido generando valor mediante diferentes tipos de actividades, para continuar siendo reconocidos como las marcas más queridas de los ecuatorianos.

BBPC, compañía tenedora de marcas, ha actuado con total compromiso de continuar protegiendo y desarrollando sus marcas, fortaleciendo bases y liderando la innovación a través de creación de nuevas marcas, diversificando el portafolio como es el caso exitoso de Club Premium y sus marcas relacionadas: Club Platino y Club Roja.

CRECIMIENTO Y DESEMPEÑO

Cumpliendo con el objeto social de la compañía durante el ejercicio económico 2019, se facturaron regalías por \$123 Millones de dólares resultantes del volumen de ventas generadas por la licenciataria DINADEC S.A., esto según contrato firmado entre las partes durante el año 2019.

La mencionada facturación, se vio afectada debido al contexto económico del 2019, por la paralización del mes de octubre, lo cual implicó una caída en el volumen de la licenciataria, teniendo como resultado final una facturación de regalías asociada a la venta de 5.1 millones de hectolitros.

Venta en miles de Hectolitros												
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
376,8	394,3	418,7	417,4	446,8	398,0	397,2	429,9	396,0	384,7	427,2	613,2	5.100,1



A pesar de nuestro entorno, nuestras marcas de bebidas de moderación se mantienen como las preferidas de los consumidores ecuatorianos, siendo el volumen individual por marca licenciada el siguiente:

Venta en miles de Hectolitros													
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Pilsener	216	239	233	235	253	232	240	264	240	229	257	367	3.005
Pilsener Light	109	101	125	122	127	108	101	103	98	97	102	149	1.346
Club Premium	51	54	60	60	67	58	56	62	58	58	68	97	749

EN COLABORACIÓN CON LA LICENCIATARIA

Con el afán de que nuestras marcas sean las más amadas del Ecuador, a través de la licenciataria se crean varios conceptos y programas que promueven la marca e incentivan el consumo responsable de las marcas licenciadas.

PILSENER, ORGULLO NACIONAL

BBPC enfocada en incentivar el reconocimiento de la marca Pilsener, como identidad y orgullo nacional, en colaboración con la licenciataria, promueve los siguientes planes detallados a continuación:

LA FIESTA DE TODOS:

Esta fiesta está construida bajo los pilares que pretenden fortalecer y celebrar la identidad nacional, sin importar razas, clases sociales e ideologías.

Con un mensaje basado en la unidad de culturas, razas, clases sociales, e ideologías, Pilsener realizó un trabajo previo en campañas multimedios para llamar la atención de los ciudadanos y que estos mensajes resuenen mejor y generen mayor impacto. Bajo el icónico hashtag **#TodosJuntos** Pilsener ha trabajado en fortalecer la unidad nacional, apropiándose de este código para transmitir mensajes de apoyo a los ecuatorianos, algunas personas influyentes en Ecuador acompañaron el mensaje y motivaron a los consumidores a unirse a esta causa.



Además del concepto de #LaFiestadeTodos, se llevó a cabo un conversatorio denominado “Todos juntos podemos cambiar el Ecuador,” en unión de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo donde se contó con panelistas como María Susana Rivadeneira, María Cristina Kronfle, Yecson Preciado, y Andersson Boscán donde se citaron a varios medios de comunicación y hubo una gran difusión.

TODOS SOMOS LA TRI:

Pilsener es auspiciante oficial de la selección ecuatoriana de fútbol, así como de los principales equipos de la liga nacional, y apalancado en estas credenciales, en 2019 la marca lanzó, a través de su licenciataria, su campaña “Copa América” con la finalidad de trabajar en el orgullo nacional, apoyando a los ecuatorianos.

Tras el empate de la Tri en el amistoso contra Venezuela, la Selección Ecuatoriana realizó su último partido amistoso previo a la Copa América, con una particularidad en su nueva camiseta, reemplazando las iniciales de su nombre y poniendo sus apellidos de singular a plural llevando con orgullo no solo los nombres de su familia sino los de todos los ecuatorianos.

PILSENER LIGHT, DIVERSIFICANDO LA CATEGORÍA

PILSENER LIGHT LEMON:

Con el objetivo de generar valor a la marca Pilsener Light y eliminar prejuicios sociales respecto del género de los consumidores de cerveza, se generó una diversificación de la categoría, que derivó en la creación de la marca Pilsener Light Lemon, misma que tuvo como finalidad capturar un nuevo segmento de consumidores, por ser una marca que busca complacer los paladares con una opción más ligera y con menor amargor al momento de refrescarse.

TÓMATE LA PLAYA:

La temporada de playa es uno de los Key Selling Moments de Pilsener Light, apalancado en esto, la marca aprovecho sus credenciales y su perfil de sabor para impulsar el turismo y generar consciencia sobre las playas ecuatorianas.

En un intento de conectar mejor con los consumidores más jóvenes (18-24) y con base en los principios de bebidas de moderación, Pilsener Light cambió temporalmente su imagen con los nombres de diferentes playas del Ecuador para incentivar el turismo nacional y generar orgullo por lo nuestro

CLUB PREMIUM, IMPULSANDO Y RESALTANDO LA MAESTRÍA ECUATORIANA

CLUB PLATINO

Motivados en impulsar la marca Club como referencia de orgullo al patrimonio ecuatoriano y su gastronomía, nace Club Platino apalancada en el concepto del descubrimiento del Platino en el Ecuador y su importancia para la producción industrial.

En colaboración con la licenciataria, el jueves 29 de Agosto de 2019 por 24 horas, se transmitió en la pantalla principal del edificio One Time Square de Nueva York, un homenaje al patrimonio metalúrgico del Ecuador, este simbólico momento fue presenciado por la Cónsul de Ecuador en dicha ciudad.

CLUB ROJA

Con la visión de crear un portafolio bajo la marca Club Premium, en mayo de 2019 se realizó el lanzamiento de la nueva variedad permanente a través de un evento de gastronomía ecuatoriana resaltando todo lo que nos hace únicos, apalancándose y magnificando las ocasiones de consumo de cerveza acompañando un comida, siendo el complemento perfecto para resaltar los sabores de nuestra tierra.

Conclusión

Beverage Brand & Patents Company BBPC S.A., orgullosamente parte de la familia AB Inbev, nació en el 2019 para administrar, custodiar y proteger todas las creaciones, marcas e innovaciones relacionadas a cervezas y bebidas refrescantes, así como para buscar el licenciamiento de las mismas para incrementar el valor de la marca y generar regalías a través de diferentes productos que contengan nuestra marca como referente de calidad.

Debido a la reciente creación de la compañía y al haber sido un fin de año muy retador debido a diferentes escenarios políticos, decidimos continuar fortaleciendo nuestras marcas mediante la búsqueda de conceptos de identidad nacional que permitan que estas marcas sigan siendo las más admiradas y amadas del Ecuador.

Durante el 2019, a pesar de haber sido un año retador, BBPC generó una utilidad después de impuestos de \$88,85 Millones de Dólares provenientes de la facturación de regalías a DINADEC S.A.



BBPC, reafirma su compromiso para continuar trabajando en el 2020 privilegiando los intereses del portafolio de las marcas de bebidas más admiradas del Ecuador.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Osman Viloria Brando', is positioned above the printed name.

OSMAN VILORIA BRANDO
PRESIDENTE