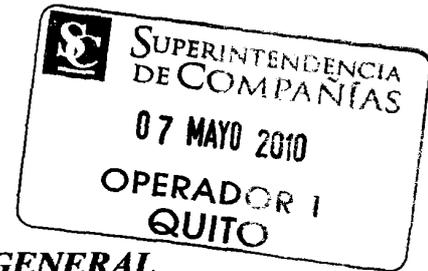




INFORME

ANUAL

2009



**INFORME DE GERENCIA GENERAL
DE LA COMPAÑÍA ALISERVIS S.A.
POR EL EJERCICIO ECONOMICO DEL 2009**

Señores Accionistas:

De conformidad con los estatutos de la Compañía, presento para su consideración el informe de Gerencia General sobre las labores desarrolladas durante el ejercicio económico que finalizó el 31 de diciembre del 2009.

Entorno.

La política ha seguido siendo un factor determinante en los últimos años, y en el 2.009 luego de una campaña presidencial, y elecciones, el Presidente Correa se volvió a reelegir con un amplio margen, y el 10 de agosto se posesionó para su nuevo período de cuatro años de gobierno.

En el ámbito fiscal, el gobierno salió bien librado, ya que los precios del petróleo se volvieron a recuperar en el segundo semestre del año, y esto mejoró las posibilidades de cubrir todos los fondos que el gobierno comprometió en su campaña, y seguir con ciertas obras importantes.

La liquidez en el país se contrajo en la primera etapa del año, pero mejoró también en general para el segundo semestre. Los cupos y aranceles instaurados para las importaciones golpearon al comercio en general, y pusieron en aprietos a muchas empresas en el año. La política de impuestos a la salida de capitales se fue de 0,5% a 1% en el año, y también esto afectó a los importadores.

La inversión extranjera directa se sigue reduciendo, y esto está relacionado a la poca institucionalidad de los organismos públicos en el país, y a la falta de reglas claras y desconfianza en la función judicial.

La crisis financiera mundial también afectó al país, y esto incidió en la parte de exportaciones y créditos. El gobierno también tuvo que recurrir a ciertos créditos para cubrir sus obligaciones, y de hecho va a tener que reducir sus inversiones en el 2.010 para no incrementar la deuda externa.

En el aspecto económico, el país creció un 0,98 % del PIB (5,32% en el 2008), que se situó en US\$ 51.385 M, siendo este crecimiento muy dependiente de las exportaciones petroleras. La balanza comercial del año cerró en US\$ -332 M (US\$ 881 M en el 2008), y al sacar el componente petrolero, la misma fue negativa en 4.963 M.



La reserva de libre disponibilidad se situó al cierre de año en US\$ 3.792 M (US\$ 4.473 M en el 2008), decreciendo de forma importante comparado con el 2.008, y esto tomando en cuenta que se ha incluido un crédito de 1.000 M. Por último, la inflación del año estuvo en el 4,31 %, la cual refleja también la contracción de precios local y mundial. (8.83% en el 2008).

Las cifras macroeconómicas anotadas demuestran que en el año se mantuvo una buena liquidez, la misma que mejoró en el segundo semestre, pero ahora el reto es lograr que la economía crezca en el 2.010 e interesar a los inversionistas para que traigan capitales al Ecuador.

En el área de alimentos, el tema precios de oferta y combos atractivos para lograr volumen de ventas sigue siendo una variable muy utilizada por todos los oferentes de comida, y esta tendencia no parece que va a cambiar en el corto plazo, al tener una población afectada por falta de trabajo.

Informe sobre el desarrollo de la empresa durante el 2009.

Operaciones.-

El desempeño de las tiendas en el año fue algo menor de lo esperado, tomando en cuenta todos los retos que presentó el año.

En cuanto al servicio al cliente, y en velocidad de preparación, hicimos una visita a Nueva York en Octubre, y junto con dos supervisores pudimos ver como manejan el rush en los locales de mayor demanda en Estados Unidos. Hubo cosas interesantes que hemos implementado en nuestras tiendas, y sobre todo nos hemos enfocado en reforzar las destrezas para manejo de tienda de los gerentes de locales. Hemos seguido con el concepto de Fast & Nice, y estimulando a nuestro personal para que logren una transformación personal en este sentido, y adicionalmente contratamos a una psicóloga organizacional para levantar los perfiles de todo nuestro personal, y darles un coaching más personalizado, e ir midiendo como evolucionan las personas con capacitación más formal.

Domino's Internacional ha realizado las correspondientes auditorías a nuestros locales, y nos hemos mantenido con buenos resultados. Nuestro Comisariato fue premiado por segundo año consecutivo como el mejor de América con cinco estrellas por su operación y mantenimiento.

Producto.-

Incrementamos una nueva especialidad al menú de tiendas, la Ultimate Pepperoni, misma que ha tenido muy buenos comentarios por parte de nuestros clientes. No hemos sacado nuevos productos en el año, y estamos evaluando pastas para ver si las implementamos en el 2.010.

En cuanto nuestros productos básicos, el queso se ha mantenido muy estable, y con un sabor y manejo excelentes, lo cual también ha sido notorio en los comentarios de nuestros clientes.

ALISERVIS S.A.

**Luis de Beethoven E1-197 y Pablo Casals PBX: 593-2-281-4100 Fax: 593-2-281-3891
Quito - Ecuador**



Servicio.-

Esta es el área donde más nos hemos enfocado, y como mencioné anteriormente, incluso hemos dado un paso más hacia el formalizar la técnica para conseguir mejores resultados de la capacitación que damos a nuestro personal. Queremos ahora avanzar con herramientas más controladas para dar capacitación a las personas que demuestren y tengan los perfiles correctos para manejar las tiendas, y de esa forma ser más eficientes en el uso de los recursos que dedicamos al personal en entrenamiento.

El próximo año, luego de avanzar con las capacitaciones, vamos a realizar un muestreo de servicio con filmaciones en tiendas para ver si mejoran los indicadores.

Por último, estamos implementando un número telefónico y una dirección en internet para que los clientes puedan hacernos llegar sus sugerencias y comentarios, y tener una fuente alternativa de monitoreo de servicio.

Imagen.-

Todos nuestros locales, excepto Gaspar de Villarroel, cumplen ya con la imagen 20/20 y hemos seguido haciendo mejoras en los mismos una vez que logramos renegociar los plazos con los propietarios.

La imagen que estamos presentando en tiendas, y en volantes está más limpia en cuanto a mensaje, y adicionalmente estamos reforzando nuestras garantías de calidad y de servicio.

Activos Fijos y Sistemas.-

El nuevo sistema administrativo ya está implementado, y planificamos instalar el nuevo software de punto de venta hasta mediados del 2010.

Esperamos que una vez que esté instalado y operando correctamente el sistema, no solo nos reduzca el tiempo para la toma de pedidos en tienda, sino que también volveríamos a solicitar la clasificación de autoimpresores para la emisión de facturas, y facilitar el paso de información a las oficinas.

Propiedad intelectual.-

Aliservis S.A. ha cumplido con todas las regulaciones de propiedad intelectual, y el software que mantiene cuenta con las licencias de uso actualizadas, y las mismas están registradas con sus representantes.

Personal.-

En el año implementamos la contratación de una psicóloga organizacional, para impulsar de mejor forma, y con más técnica, la capacitación y correcto reclutamiento de personal. Queremos ser más profesionales en cuanto al manejo del personal, para asegurarnos que retenemos a los que tienen las aptitudes y actitudes correctas para mejorar nuestro desempeño en cuanto al servicio al cliente.

Solo con gente excepcional y comprometida vamos a mejorar todas las áreas de servicio y eficiencia en la empresa. Esto junto a la visión de Fast & Nice que implementamos nos ha servido para mejorar la actitud y lograr mejores desempeños del personal.

ALISERVIS S.A.

**Luis de Beethoven E1-197 y Pablo Casals PBX: 593-2-281-4100 Fax: 593-2-281-3891
Quito - Ecuador**



En cuanto a productividad, hemos mantenido el seguimiento de las horas trabajadas y el costo directo asociado a estas, en función del número de órdenes producidas.

Ventas.-

Los ingresos obtenidos en el 2009 fueron de US\$ 5'665.050 netos, esto es después de descuentos y sin IVA. En el 2008 los ingresos fueron de US\$ 5'475.870. Esto significa un crecimiento del 3,45%.

En volumen comparativo por tienda, las ventas reflejaron un buen crecimiento en Guayaquil, y en Quito.

Marketing.-

Hemos utilizado diferentes revistas para ir midiendo retornos en varias de ellas, y hemos puesto énfasis normalmente en revistas dirigidas a clientes menores de 25 años. Nuestra presencia en la revista Elé también se mantuvo en el año, y la misma tiene muy buena recepción en público menor a 14 años.

También hemos mantenido una gran presencia en colegios y kermeses, lo cual nos aporta mucho en cuanto a top of mind.

Hemos seguido utilizando promociones de combos a precios atractivos, y también paquetes en los que permitimos una cierta elección del cliente entre algunas alternativas. Hemos tenido buenos retornos en general, pero siempre el tema precios es un factor determinante para estas promociones.

Las campañas se han hecho con publicidad en vallas, radio, buses, paletas y banners. Todo esto adicional al volanteo masivo y sectorizado por cada tienda.

En el año lanzamos dos campañas en conjunto con Supermaxi, y los retornos fueron buenos, pero no como los logrados en el año 2.008 cuando los cupones se imprimieron sin un piso de facturación. También mantuvimos campañas similares con Akí, Kywi, Sukasa y Todohogar.

Entrega a domicilio.-

Hemos mantenido el cargo de un dólar por la entrega a domicilio, y varias cadenas se han sumado a ésta práctica, por lo que se ha convertido ya en un tema normal para los clientes. Algunas cadenas incluso cobran valores más altos por las entregas a domicilio.

Inversiones a largo plazo.-

La empresa Enermax, de la cual Aliservis S.A. participa en el 2% tuvo una utilidad neta cercana al US\$ 1'900.000. Esto le ha permitido cumplir con su calendario de amortización de préstamos de largo plazo, de acuerdo a lo previsto. Si las cosas siguen su curso con normalidad, posiblemente la empresa empiece a repartir utilidades a partir del 2.013.

Adicionalmente, la empresa mantiene una inversión en ParqueSanto del Ecuador S.A., empresa que se dedica al desarrollo y manejo de cementerios. El cementerio del Sur de

ALISERVIS S.A.

Luis de Beethoven E1-197 y Pablo Casals PBX: 593-2-281-4100 Fax: 593-2-281-3891

Quito - Ecuador



Quito ha avanzado dentro del cronograma, y se estima que ya iniciará con sepulturas en julio del 2.010. Las ventas anticipadas de la empresa van sobre el presupuesto. Aliservis tomó un 3% de participación con una inversión de US\$ 102.600. Al cierre del período, ya hemos aportado el valor total de nuestra inversión al proyecto.

Aspectos administrativos, laborales y legales.-

El personal administrativo se ha mantenido estable, como en años anteriores, y los cambios se han producido a nivel de tiendas que es donde tenemos una normal rotación de personal. Abrimos una tienda en el año, Eloy Alfaro, para lo cual se redistribuyó personal..

Al cierre de año contamos con 177 empleados.

Todo el personal tiene contratos de trabajo directo con la empresa, y no mantenemos servicios con terceros, excepto para fumigación y monitoreo de los locales.

En el área legal, hemos dado cumplimiento a todas nuestras obligaciones, y no mantenemos problemas de ninguna índole.

Análisis de la situación financiera de la empresa.-

La utilidad operacional fue de US\$ 794.179 (US\$ 717.398) lo que representa un margen sobre ventas del 14,10% .

La empresa no mantiene obligaciones con ninguna entidad al cierre del ejercicio, fuera de las contraídas con los proveedores en el normal giro del negocio.

Costos.-

En el año nuestros costos operativos se redujeron en 0,61%, con pequeños cambios en cada rubro. Los costos en comisariato, operaciones, sistemas, administración y financieros se mantuvieron muy estables, y se redujo el porcentaje en otros gastos, ya que el año pasado registramos una pérdida en la venta de activos fijos, cuando cerramos los locales de Jardín y Ambato.

Auditoría externa.-

En el año se tomó la decisión de cambiar de auditores, para de esta forma permitir que un nuevo auditor con otra óptica nos pueda dar sugerencias que nos ayuden a mejorar. Creo que logramos algunas mejoras en la parte contable para tener mejores soportes en caso de auditorías por parte del Estado.

Los informes de auditoría adjuntos, preparados por Willi Bamberger & Asociados revelan los datos contables más importantes de la gestión realizada en el año fiscal materia de este informe.



Conclusiones y recomendaciones.-

Las ventas en el año fueron mejores al 2.008. El resultado operacional mejoró, y dejó un margen de 14,10%. En el año aplicamos los cálculos actuariales de acuerdo a la Ley, y se hicieron cargos para provisiones de jubilación patronal y desahucio. El impacto de estos dos cargos es de US\$ 142.798 al resultado.

La percepción de valor ha sido una herramienta clave a través de la XLP, o con paquetes de pizzas familiares. El costo de comida subió ligeramente en el año, y esto es el reflejo de las promociones cada vez más agresivas.

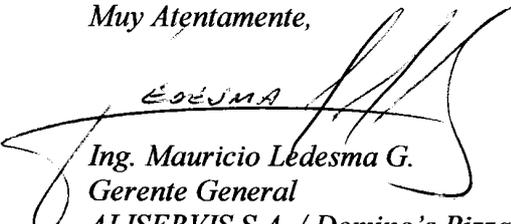
Los valores invertidos en publicidad se mantuvieron casi iguales a los del año pasado, pero ello es debido a que estamos pautando en casi todos los medios disponibles. Estamos revisando retornos medibles por canal, para ser más selectivos en nuestras pautas futuras. La campaña publicitaria que tuvimos con Supermaxi nos dió buenos réditos en la promoción de septiembre. La recordación del cupón en las tirillas del Supermaxi es muy importante entre nuestros consumidores.

La competencia sigue fuerte, han invertido en medios y en imagen de sus locales para no quedar rezagados, y también han utilizado estrategias de valor, por lo que es importante consolidar nuestra presencia en nuevos sectores.

Han seguido creciendo nuestras ventas en carry out y comida en el local. La nueva imagen de nuestros locales, y la ampliación de las áreas para mesas ha sido importante para conseguir esto. Cada día tenemos más clientes que nos visitan, y que no exigen servicio de restaurante, pero si un lugar más cómodo para su visita.

Considero que nuestra inversión en capacitar a las personas más idoneas, y lograr que nuestro personal sea más conciente de transformar nuestro servicio en excepcional, son la clave para lograr captar más clientes de aquí en adelante. Estos cambios van a contribuir para mejorar la rentabilidad del negocio.

Muy Atentamente,

EDESMA

Ing. Mauricio Ledesma G.
Gerente General
ALISERVIS S.A. / Domino's Pizza Ecuador