**INFORME DE GERENCIA GENERAL
DE LA COMPAÑÍA ALISERVIS S.A.
POR EL EJERCICIO ECONOMICO DEL 2007**

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 2007.

Entorno.

El presidente Correa asumió el cargo a mediados del mes de enero, e inmediatamente inició una campaña para promover el referéndum para una asamblea constituyente, la misma que se aprobó con una mayoritaria votación en el mes de octubre. Este escenario político consumió casi la totalidad del año, lo que generó gran incertidumbre en los actores económicos del país.

Posiblemente el daño más grave que este escenario político causó en el año fue la reducción de inversiones en los sectores productivos, lo que incide en la predisposición de gasto en el conjunto de la sociedad.

Afortunadamente, los precios del petróleo siguieron subiendo en el año, y esto generó liquidez suficiente para que el gobierno siga pagando sus obligaciones. El haber revertido el bloque 15 en el oriente también le ha permitido al gobierno mejorar sus flujos de dinero e invertirlos en gastos sociales. Esto, por supuesto, ha sido la base del manejo político de la administración actual.

En el aspecto económico, el país creció muy poco a razón de 2,65% del PIB, que se situó en US\$ 44.490 M, y este sigue siendo muy dependiente de las exportaciones petroleras. La balanza comercial del año cerró en US\$ 1.268 M a favor, pero al sacar el componente petrolero, la misma fue negativa.

La reserva de libre disponibilidad se situó al cierre de año en US\$ 3.521 M, creciendo de forma importante comparado con el 2006. Por último, la inflación del año estuvo en niveles adecuados del 3,32%, siendo medio punto más alta que la del año anterior.

Las cifras macroeconómicas anotadas reflejan una estabilidad para el país en este sentido. El reto se va a mantener en cuan eficiente se vuelve el gobierno con sus recaudaciones, y para ello subió al cierre del período los impuestos para diferentes categorías. El tema corrupción, aduanas e inversión en el área social serán muy importantes en los primeros meses del 2008.

En el área de alimentos, la competencia de precios y descuentos sigue siendo muy agresiva, y esto sigue poniendo presión sobre todos los oferentes de comida, en especial en los patios de comida de los centros comerciales.

Informe sobre el desarrollo de la empresa durante el 2007.

Operaciones.-

Las operaciones de tienda en el año han tenido un buen desempeño, y hemos puesto mayor énfasis en el servicio al cliente y en la velocidad de preparación de las pizzas. Domino's internacionalmente ha manejado el nuevo concepto de "Fast & Nice", para incentivar el que el personal de tienda se identifique con los valores de esta campaña para mejorar en la percepción de los clientes. En el año, como es usual, hemos sido auditados por la Franquicia en varias ocasiones, y hemos tenido muy buenos resultados en todas ellas. Adicionalmente, dos tiendas de Guayaquil, Urdesa y Puntilla, lograron metas de ventas con buenas calificaciones de auditoría, y ganaron dos premios internacionales para sus gerentes.

Producto.-

El tamaño XLP ha mantenido una muy buena aceptación del público, y de algunos colegios, lo que nos permite competir con mejor precio y tamaño frente a la competencia. En el año lanzamos dos nuevos sabores de pizzas que tuvieron buenos retornos en las promociones. Hicimos un cambio importante de proveedor de queso en abril, pero esto se nos complicó para fines de año por los incrementos de precio que nos realizaron. Vamos a revisar nuevamente con otro proveedor que tenemos si podemos lograr un producto competitivo para mejorar nuestro precio que tiene una incidencia muy fuerte en nuestro costo.

Servicio.-

Hemos mantenido la presión en cuanto a mejorar el servicio personalizado con nuestros clientes. En cuanto a los talleres internos, hemos seguido exigiendo mejores desempeños a nuestro personal para alcanzar las posiciones de gerente y sub-gerente de tienda.

Activos Fijos y Sistemas.-

El sistema de activos fijos está funcionando correctamente, y nos ha permitido mejorar el control de nuestras depreciaciones, y bajas contables. En cuanto a sistemas de tienda y administrativo, en la última visita del SRI se nos notificó que el actual sistema que utilizamos en las tiendas (SMP) ya no puede ser considerado como autoimpresor, por cuanto el lenguaje y las seguridades ya no cumplen con los nuevos estándares del SRI, y a partir de febrero del 2008 vamos a empezar a facturar con papel preimpreso. Domino's desarrolló un nuevo programa (Domino's Pulse) para tiendas que cumple con las nuevas tecnologías, pero aun estamos evaluando si este puede ser enlazado con un nuevo software administrativo local.

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.-

Seguimos manteniendo la premisa de gente excepcional para mejorar todas las áreas de servicio y eficiencia en la empresa, y esto atado a la visión de Fast & Nice que estamos implementando en tiendas, nos ha servido para modificar ciertas actitudes y lograr mejores desempeños del personal.

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.-

Las ventas obtenidas en el 2007 fueron de US\$ 4'488.341 netas, esto es después de descuentos y sin IVA. En el 2006 las ventas fueron de US\$ 4'046.499. Esto significa un crecimiento del 10.92% y del 7.35%, luego de descontada la inflación del 3.32% del año. Sin lugar a dudas, la competencia es mucho más fuerte en Quito que en Guayaquil, y el efecto de todas las pizzerías que venden por slice solo se nota en Quito, y su presencia en Guayaquil es muy pequeña. Las opciones como el arroz con menestra y carne a precios de US\$ 1,75 siguen siendo importantes factores en cuanto a dificultarnos una mayor penetración en el mercado, en especial en los patios de comidas.

Marketing.-

El sistema de volanteo masivo ha seguido dando buenos resultados, y nos ha permitido enfocarnos mejor en las áreas de volanteo. Hemos notado que la competencia desistió de hacer los volanteos con nuestro sistema, y han vuelto al sistema tradicional de volanteo con sus equipos de tienda. Se ha mantenido la agresiva compra de nuestros volantes en las áreas de reparto, y aunque nuestro supervisor se reunió con el supervisor de la competencia, lo han seguido haciendo, y es por ello que constantemente cambiamos los esquemas de volanteo.

Es importante anotar que en el área de volanteo hemos encontrado una oportunidad de utilizar personas con discapacidades menores, pero que califiquen dentro del requerimiento impuesto por el Min. de Trabajo, para cumplir con el 2% de personal dentro del rol de pagos, de acuerdo a la norma que está vigente para el 2.008.

Con la apertura del local en el Jardín, hemos buscado nuevas alternativas de llegar a consumidores con un menú individual y desarrollamos el Domino's Lunch, además de bajar precios en los combos personales, para ver como reacciona el mercado de Ambato en especial.

El manejo de promociones atadas a la pizza XLP dió buenos resultados en el primer semestre del año, y fue importante la noción de valor que percibió el cliente con este producto. Adicionalmente, persistimos con la saturación de sectores en los que la competencia tiene mejor llegada con promociones puntuales de precio, lo que nos dió buenos resultados.

Invertimos en el año en más medios para afirmar nuestra presencia en Quito, Guayaquil y Ambato, y mantuvimos nuestra publicidad en buses durante todo el año en Quito y Ambato, y utilizamos paletas en Guayaquil, ya que los buses son prohibidos. Las campañas se reforzaron con radio a nivel nacional.

Entrega a domicilio.-

Durante el año mantuvimos la política de cargar con un dólar las entregas a domicilio, y nuestros clientes no han presentado quejas por este cargo. De hecho, hay algunas cadenas que cobran por la entrega a domicilio valores superiores a un dólar. El ingreso generado por este valor adicional ha compensado las subidas de costos que hemos tenido, y nos ha permitido mantener nuestros precios por un lapso de tres años sin modificaciones.

Entrepanes / Domino's El Jardín.-

El concepto de Entrepanes no cuajó en el patio de comidas, y el local se convirtió en un nuevo Domino's que adicionalmente vende sándwiches. La conversión se realizó en siete días durante la segunda semana de septiembre, y el local abrió la atención al público el 17 de septiembre. Aunque las ventas han subido en un 50%, esto no es aún suficiente para que el local arroje resultados positivos. Estamos trabajando en algunas opciones y promociones más agresivas para competir con los precios del patio de comidas, y atraer más clientes. Estamos analizando si es conveniente competir con una pizza de 6", o con promociones de bajo costo en pizzas medianas y pequeñas.

Domino's Los Ceibos.-

El local inició actividades el 8 de octubre en la parte baja de Megamaxi Los Ceibos, Guayaquil, y ha tenido un muy buen desempeño en estos meses. En los casi tres meses de operación, la tienda generó un resultado de US\$ 38.350. La acogida de los clientes del sector ha sido muy buena, y adicionalmente esta tienda ya cuenta con la nueva imagen 20/20 que la hace más cálida y atractiva para los clientes de mostrador, que son un porcentaje importante por la ubicación del local a la salida del Megamaxi. Considero que la tienda tiene potencial de crecer en ventas por su ubicación y el crecimiento poblacional del sector.

Inversiones a largo plazo.-

La empresa Enermax, de la cual Aliservis S.A. participa en el 2% tuvo un buen año con generación en el año completo, y la misma ha reportado una utilidad neta de US\$ 2'369.444. El resultado estimado para el 2.008 es de alrededor de US\$ 3'000.000 y esto permitirá que la empresa cumpla con sus obligaciones de crédito de acuerdo a los cronogramas previstos. El sector energético se ha politizado dentro de la gestión del

actual gobierno, y existe incertidumbre en como esto será normado dentro de la nueva carta política que prepara la asamblea nacional.

Aspectos administrativos, laborales y legales.-

En la parte administrativa no ha habido variaciones, y el personal es muy estable. Abrimos una tienda más en el año (Ceibos), y convertimos otra de Entrepánes a Domino's Jardín, pero no se ha incrementado personal y las tareas se han redistribuido para que todo marche con normalidad.

En personal, aunque abrimos un nuevo local, redujimos nuestro total de colaboradores. Al cierre de año contamos con 169 (187) empleados. Estos se distribuyen en 8 (8) en administración, 8 (7) en Comisariato, 5 (4) en supervisión y mantenimiento, 132 (147) en tiendas, 16 (21) en volanteo.

El cambio de las reglas de contratación por horas de 70% a 30% nos complicó un poco el manejo del personal nuevo, pero hemos tenido que reducir este porcentaje para cumplir con las nuevas regulaciones.

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 operación generó una utilidad bruta de US\$ 331.722 (US\$ 297.374) lo que representa un margen bruto sobre ventas del 7,39%. Los resultados obtenidos fueron similares porcentualmente al año anterior (7,35%).

En términos de EBITDA, en el 2007 el resultado fue de US\$ 537.389 que representa un 11,97% sobre ventas.

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 subieron en 1,34%, los mismos que están relacionados con los incrementos en los costos de comida (1,18%), marketing (1,10%) y gaseosas (0,09%) con reducciones en personal (0,74%) y local y transporte (0,28%). El costo en todas las otras áreas se redujo en el año.

Informes de auditoría.-

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

Conclusiones y recomendaciones.-

Los resultados del año fueron mejores en un 10,92% al año anterior en ventas netas, y un 11,55% mejores en utilidad bruta. En comparación al presupuesto, las ventas fueron basicamente iguales, pero los resultados individuales de las tiendas de Quito nos afectaron al ser estos menores de lo presupuestado.

Los costos nos afectaron por las diferentes subidas de precios que tuvimos en el año por parte de nuestros proveedores, y en especial por las subidas de queso, harina, salsa y ciertas carnes. Adicionalmente, invertimos una suma más fuerte en publicidad para lograr más presencia, y creo que tuvimos buenos resultados. En el 2007 invertimos US\$ 67.500 más que en el año anterior. Redujimos los costos porcentualmente en todas las otras áreas, y logramos reducir personal y vender más con menos gente.

El porcentaje de cupones y descuentos subió en medio punto, y esto no es más que el reflejo de lo agresivos que hemos sido con las promociones para ganar clientes, y pelear de cierta forma con los otros negocios de comida para mantener nuestra preferencia.

La competencia sigue muy fuerte, y otros jugadores han abierto nuevos locales dentro de nuestras áreas como Prensa y Cambayá. En especial el manejo de menús a precios tan reducidos como US\$ 0,99 por arroz con menestra y 1 presa de pollo, que afortunadamente ya lo quitaron, pero que ahora está en niveles de US\$ 1,49 es realmente difícil de combatir. Nosotros en los dos patios de comidas implementamos el Domino's Lunch que ha tenido buenos resultados, en especial al competir en presentaciones de plato servido, pero aun nuestro precio es mayor a lo que ofrece la competencia en general.

Considero que nuestra mejora de eficiencias en tiendas, y el mejor trato a los clientes con cortesía y velocidad, nos va a ayudar a mejorar nuestras ventas en los locales de Quito que tuvieron un descenso, y esto va a contribuir para mejorar la rentabilidad de acuerdo a lo presupuestado para el 2.008.

Muy Atentamente,

ESEJMA

Ing. Mauricio Ledesma G.

Gerente General

ALISERVIS S.A. / Domino's Pizza Ecuador