INFORME DE GERENCIA GENERAL DE LA COMPAÑÍA ALISERVIS S.A. POR EL EJERCICIO ECONOMICO DEL 2008

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 2008.

Entorno.

El período en análisis fue muy marcado por la política, al haberse posesionado la asamblea constituyente, y esta manejar unos tiempos apresurados en la expedición de varios mandatos, y luego al hacer importantes campañas publicitarias para la aprobación de la nueva Constitución.

El Presidente Correa logró, con una mayoría importante, la aprobación de la nueva Constitución para el Ecuador, la que le permite revisar varias cosas en beneficio de su gestión, pero que han vuelto al país un lugar más inseguro en cuanto a inversión extranjera, y al mismo hecho de perder institucionalidad en las áreas de control y justicia.

El país contó con mucha liquidez, gracias a los altos precios del petroleo que tuvimos hasta agosto del 2008, pero la caída de los mismos hasta finales del año han puesto en entredicho al gobierno, por cuanto se verá obligado a reducir su acrecentado gasto, y esto va a repercutir en todas las áreas de negocio en el país. Lo más grave en este sentido es que el gobierno ya se ha comprometido con alzas importantes para sueldos, pensiones jubilares, subsidios, etc. Y va a tener que cortar varios de estos gastos para poder sobre llevar la crisis financiera mundial que se viene para los próximos dos años.

En el aspecto económico, el país creció un 5,32 % del PIB (2,65% en el 2007), que se situó en US$ 52.572 M, pero este crecimiento sigue siendo muy dependiente de las exportaciones petroleras. La balanza comercial del año cerró en US$ 881 M (US$ 1.268 en el 2007 M) a favor, pero al sacar el componente petrolero, la misma fue negativa en 7.565 M.

La reserva de libre disponibilidad se situó al cierre de año en US$ 4.473 M (US$ 3.521 M en el 2007), creciendo de forma importante comparado con el 2.007, esto gracias a las importantes ventas petroleras que tuvieron precios récord en el año. Por último, la inflación del año estuvo en el 8,83 %, lo cual ya reflejó los incrementos mundiales de precios de los alimentos. (3,32% en el 2007) Inflación que ya es muy alta para una economía dolarizada.

Las cifras macroeconómicas anotadas demuestran que en el año hubo una importante liquidez que permitió a casi todos los negocios crecer, pero nos enfrenta ahora con retos importantes para los próximos años en los que la liquidez se verá restringida, y esto va a incidir en la factibilidad de muchos negocios.

En el área de alimentos, la competencia de precios y descuentos sigue siendo agresiva, y esto pone presión sobre todos los oferentes de comida que buscamos crecer nuestros volúmenes de venta.

Informe sobre el desarrollo de la empresa durante el 2008.

Operaciones.-
El desempeño de las tiendas en el año ha sido muy bueno, en especial en Guayaquil, donde hemos obtenido crecimientos importantes. Hemos mantenido el énfasis en servicio al cliente, y en velocidad de preparación. Estos dos parámetros son cruciales en los momentos de alta demanda, y es lo que nos hace diferentes de la competencia. Hemos seguido con el concepto de Fast & Nice, y estimulando a nuestro personal para que logren una transformación personal en este sentido, ya que solo así lograremos transmitir esto a nuestros clientes. Las auditorías del año hechas por Domino's Internacional han sido positivas, y adicionalmente logramos siete premios internacionales de ventas, premios Rolex, en las tiendas Brasil, Coruña, Gaspar, Prensa, Alborada y 2 en Puntilla. Por último, nuestro comisariato fue premiado como el mejor de América con cinco estrellas por su operación y mantenimiento.

Producto.-
Nos hemos preocupado por mantener la calidad de nuestro producto, y esto nos ha significado unos incrementos en precios importantes. Aunque no lanzamos nuevos productos en el año, hemos hecho énfasis en nuestra calidad y cantidad de ingredientes. Esto nos ha permitido recuperar las cuentas de algunos colegios que se habían cambiado a otros proveedores por precio, pero han regresado con nosotros por la calidad del producto. En diciembre nos cambiamos de proveedor de queso por cuanto el anterior puso sus precios muy altos, y su competencia estaba con precios más adecuados.

Servicio.-
El énfasis puesto en la mejora en el trato a los clientes ha dado buenos resultados, y en las últimas filmaciones realizadas a los locales notamos mejorías en servicio. Hemos mantenido los talleres de formación a nuestro personal, y constantemente estamos evaluándoles para ver que mejoren en su capacitación y sacamos al personal que no se empeña en avanzar. Es importante también resaltar que nuestro entrenador, Paúl Silva, recibió el premio como el entrenador del año para la región.

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
OFICIO

Imagen.-
Hemos avanzado en la nueva imagen de los locales para estar dentro de la nueva visión 20/20, que es la que se está implementando ahora en las nuevas tiendas. Hemos hecho algunos cambios dentro de las tiendas para tener más área de clientes y poner mesas, lo que nos ha permitido tener mayores ventas dentro del local. La nueva imagen es más cálida, y tiene mejores artes visuales en el área de clientes.

Activos Fijos y Sistemas.-
Como se mencionó el año anterior, nuestro sistema de facturación dejó de ser clasificado como autoimpresor, ya que el sistema de tiendas es muy viejo, y no cumple con los requisitos del SRI. Por este motivo, estamos analizando las bondades del nuevo sistema de Domino's, que se denomina Pulse, que tiene mejores controles, y está diseñado en un lenguaje moderno que cumple con lo que nos pide el SRI. Adicional a esto, en el mes de octubre compramos un nuevo software administrativo, para poder enlazarnos al sistema Pulse, una vez que este entre en funcionamiento. El nuevo sistema de administración está siendo implementado, y esperamos que esté operativo entre marzo y abril del 2009.

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.-
Mantenemos 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 implementamos nos ha servido para mejorar la actitud 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.-
Los ingresos obtenidos en el 2008 fueron de US$ 5'475.870 netos, esto es después de descuentos y sin IVA. En el 2007 los ingresos fueron de US$ 4'488.341. Esto significa un crecimiento del 22% y del 12.1%, luego de descontada la inflación del 8.83% del año.
En volumen comparativo por tienda, las ventas reflejaron un crecimiento importante en Guayaquil, y Quito mejoró con crecimientos importantes en San Rafael y Gaspar. Se ha mantenido la fuerte competencia en Quito, con una incidencia mayor en Guayaquil en el sector específico de pizzas. La competencia de negocios como la venta de pizzas por slice, o las comidas de menu en valores que bordean los US$ 2 siguen siendo muy fuertes.

Marketing.-
Hemos mantenido el sistema de volanteo masivo por tienda, y esto nos sigue dando buenos retornos. Las otras cadenas han reducido sus volanteos, pero siguen manteniendo su política de retirar nuestros volantes cuando les es posible. Hemos realizado variaciones a

nuestros volanteos para que les resulte más difícil el hallar nuestros volantes, y hemos evitado la entrega de volantes a los guardias en muchos edificios que no nos generaban retornos.

Nuestra presencia en revistas para chicos como elé, con las cuales llegamos a las familias a través de los chicos menores de 14 años, y nuestra recuperación de presencia en colegios ha sido importante en el año para crear hábito y gusto por nuestro producto.

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.

Entrega a domicilio.-
Hemos mantenido el cargo de un dólar por la entrega a domicilio, y otras cadenas se han sumado a ésta práctica, por lo que se ha convertido ya en un tema normal para los clientes. De hecho algunas cadenas cobran valores mucho más altos por este servicio, y los clientes están dispuestos a realizar el pago.

Domino's Centenario.-
El local de Centenario fue reubicado durante el año. Nos pasamos a una mejor ubicación, y el nuevo local tiene un área de clientes importante con mesas y parqueadero. El antiguo local tenía ventas de alrededor de US$ 4.000 por semana y el nuevo ahora esta cercano a los US$ 7.000 por semana. Aunque las ventas a domicilio no han subido en forma considerable, la venta de mostrador ha crecido de forma significativa.

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. 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 en cuatro años.
En el año la empresa invirtió en un nuevo emprendimiento para la construcción y manejo de un cementerio en el sur de Quito. De acuerdo al proyecto presentado, el retorno estimado de esta inversión es del 40%, y Aliservis tomó un 3% de participación con una inversión de US$ 102.600. Al cierre del período, ya hemos aportado con US$ 91.314, quedando un saldo a entregar en julio de este año por US$ 11.286. El proyecto tiene muy buen potencial, ya que el sur de Quito no cuenta con un cementerio moderno, bien ubicado y con precios competitivos.

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
OPERADOR 5
CAU

Aspectos administrativos, laborales y legales.-
El personal administrativo ha sido muy estable, como en años anteriores, y los cambios se han producido a nivel de tiendas que es donde tenemos una normal rotación de personal. Cerramos dos tiendas en el año, Ambato y Jardín, y reubicamos al personal que pudimos dentro de la operación de las otras tiendas cuando fue posible.

Al cierre de año contamos con 176 (169) empleados. Estos se distribuyen en 10 (8) en administración, 8 (8) en Comisariato, 5 (5) en supervisión y mantenimiento, 138 (132) en tiendas, 15 (16) en volanteo. Aunque cerramos tiendas, aumentamos personal, por cuanto los incrementos en ventas nos requerían más repartidores por cada local.

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$ 717.398 (US$ 369.147) lo que representa un margen sobre ventas del 13.15% (8,25%). Los resultados obtenidos fueron casi 5 puntos porcentuales más altos.

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 3%, siendo el costo de comida el único que se incrementó en 2.42% por los incrementos de precios en los insumos y por los mayores descuentos en ventas, las otras áreas tuvieron reducciones importantes. Administración tuvo un incremento de 0,43% por los ajustes que se hizo a gerencia y la forma de contabilizar los impuestos.

El monto por regalías del período fue de US$ 240.822 contra US$ 195.327 el año anterior, y el costo por comisiones a los emisores de tarjetas de crédito fue de US$ 61.795 comparado contra US$ 47.426 en el 2007.

Indices financieros.-
Los principales indicadores se muestran todos saludables para el buen desempeño de la emopresa.

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.

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
OPERADOR 5
CAJA

Conclusiones y recomendaciones.-

Los resultados del año fueron mejores en un 22% al año anterior en ingresos, y un 98,48% mejores en utilidad neta. En comparación al presupuesto, las ventas fueron superiores en un 6,6%, y con un resultado neto mejor en 47%.

Nuestra estrategia de promociones y paquetes con percepción de valor funcionaron muy bien en el año, y esto se reflejó con muy buenas ventas, pero también incrementó nuestro costo de comida en 2,4%, que refleja los mayores descuentos en ventas, y también los incrementos de nuestros proveedores. Nuestras campañas publicitarias han tenido buena acogida, y la recordación de nuestra marca ha mejorado. El valor invertido en publicidad bajó por cuanto dejamos de hacer marketing específico para Ambato y Jardín, que cerramos en abril. La alianza publicitaria que mantenemos con Supermaxi nos dió muy buenos réditos en la promoción de octubre, al ser los cupones impresos en la parte superior de las facturas, generando percepción de valor para los clientes de Supermaxi, y repetición de compra para Domino's.

La importante liquidez existente en el mercado también nos dio la oportunidad de incrementar nuestro ticket promedio de transacción, el mismo que subió de US$13,82 a US$ 15,55, ya que nos fue posible cerrar transacciones con más adicionales en la compra promedio, y empujamos con fuerza la oferta de items adicionales.

La competencia sigue fuerte, y hemos tenido aperturas de otros competidores en el sector de La Coruña y en el sur de Quito. Es por esto que considero que debemos crecer en el sector norte de Quito y en el nuevo sector de Puntilla en Guayaquil, para no dar espacios a la competencia. Estos sectores están creciendo importantemente, y ya justifican la apertura de tiendas nuevas.

Es importante notar que un gran porcentage del crecimiento de nuestras ventas se da 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 mejora de eficiencias en tiendas, y el mejor trato a los clientes con cortesía y velocidad, nos ayudó a mejorar nuestras ventas en los locales de Quito que tuvieron un descenso en el año anterior, y esto va a contribuir para mejorar la rentabilidad de acuerdo a lo presupuestado para el 2.009.

Muy Atentamente,

EDEJMA

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