



CASA COMERCIAL TOSI C.A.

Pedro Carbo y Aguirre - P.O. Box: 09-01-1287
Fax: (593-4) 2327365 - Telf.: 2325594
www.casatosi.com
Guayaquil - Ecuador



Guayaquil, Marzo del 2.006

Señores Accionistas:

El año 2.005 transcurrió bajo la misma incertidumbre del año anterior en lo político, lo social, sin embargo la estabilidad monetaria (dólar) contribuyó a que los índices financieros no se disparen. Sólo a manera de ilustración debo remarcar que el PIB subió 9.1% respecto al año 2.004 y la inflación aumentó a 3.6% anual. Sin embargo las ventas de Casa Tosi aumentaron 17.74% este año 2.005 VS el año 2.004, lo cual bajo las circunstancias económicas del País es un muy buen resultado.

Hay que mencionar que como siempre en este resultado de las ventas influye la alta participación (60%) con las tarjetas propias, las que además generan otros ingresos financieros que soportan la operación comercial.

MALL DEL SUR.- *Este año 2.005 ya contamos con un período completo (12 meses) de nuestra tienda del Mall del Sur, la misma que se situó en 3er.lugar en ventas solo después de Policentro y Quito, lo que significa que tomamos la decisión correcta al invertir en este local del Mall del Sur.*

CAFETERIAS EXPRESS.- *también seguimos en el 2.005 con el desarrollo de nuestro concepto de Cafeterías Express, inauguramos una Cafetería Express en Samborondon (Centro Comercial La Piazza), sin lugar a dudas por su diseño un lugar espectacular, además de llevar consigo también un centro de negocios (Bancos, seguros, viajes). Por ahora las ventas están dentro de lo presupuestado, pero esperamos superar los resultados en el 2006 cuando ya tengamos 12 meses de operación.*

A este desarrollo hay que agregarle la Cafetería de la Moneda que inauguraremos el próximo año 2.006, pero cuya compra del local se materializó en Octubre del 2005.

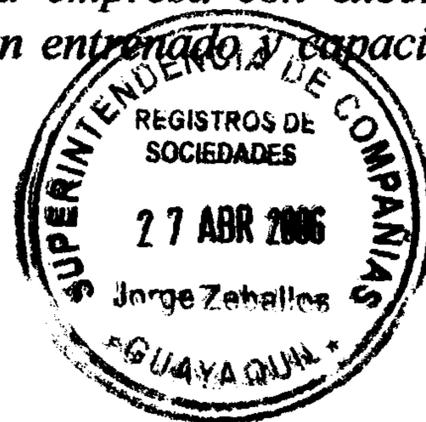
Siendo las Cafetería de Casa Tosi, una de las principales fortalezas de la marca creemos en la apertura de nuevas Cafeterías Express llevándolas más adelante a convertirse en un modelo franquiciable.

RETAIL.- *En el tema de retail habría que destacar tres cosas importantes en el 2005.*

- 1) La reestructuración del departamento de compras.-** *no solo en la estructura de sus Departamentos que nos ayudan a visualizar más finamente el negocio todo el año sino también con la contratación de un Gerente Profesional de Compras con experiencia comprobada en Retail y un selecto grupo de Jefes de Compras.*
- 2) La descentralización de las compras.-** *que incluyen a la China en nuestro afán de mejorar los márgenes y la utilidad bruta de la compañía.*
- 3) La creación del Departamento de Diseños de Modas.-** *liderado por la Srta. Stefania Zunino y que incluye a 5 diseñadoras. La responsabilidad del departamento es generar diseños exclusivos para nuestras marcas propias (NAFTA, RAZZO, ACCORNERO, IMPIU, etc.), generando para Casa Tosi fidelidad a las marcas y lealtad de los clientes.*

Este es sin duda el esfuerzo más importante y que a la larga redundará en mejores beneficios para la compañía.

PROGRAMA ANUAL DE CAPACITACION.- *a un costo de 75 mil dólares implementamos por primera vez un programa anual de capacitación para todos los trabajadores de la empresa con excelente resultado pues no dudamos que un personal bien entrenado y capacitado es el activo más importante de la organización.*



INVENTARIO.- unos de los logros importantes del año 2005 fue la creación del departamento de inventarios, el mismo que además de contar con un personal especializado en la toma permanente de inventarios de mercaderías, esta dotado de equipos HAND HEAD, lectoras rápidas de códigos de barras que hace más rápido, exacto y eficiente su trabajo, permitiendo conocer las mermas reales de mercaderías y tomar medidas correctivas todo el año.

De esta manera dejamos el antiguo método de tomas manual y anual de inventario que nos hacía cerrar los almacenes con la consecuente pérdidas de ventas.

CENTRO DE NEGOCIOS.- en el año 2005 se culminó con la instalación de los centros de negocios en todos los almacenes, siendo Quito el último en implementarse. Esta oferta de bancos, seguros, viajes, etc., le da más fuerza al almacén y genera mayor afluencia de clientes.

PASAMANERIA.- el acuerdo logrado con Pasamanería para la definición territorial de las operaciones de Casa Tosi (Guayas) nos ha permitido focalizar nuestros esfuerzos y obtener mejores resultado, además se ha desarrollado un trabajo conjunto con la gente de Cuenca para maximizar los resultados.

También quisiera dejar constancia de nuestro reconocimiento al personal de todos los niveles jerárquicos que contribuyeron a estos buenos resultados.

Gracias por vuestra atención,


Francesco Zunino,
Gerente General

