

Guayaquil, 12 de marzo del 2007.

Estimados accionistas:

1. El año 2006 termina con las dificultades propias de un año de campaña electoral en el que tradicionalmente el sistema financiero contrae sus actividades, a la espera de que se conozcan los resultados y la actitud del nuevo gobierno. A noviembre del mismo año, las elecciones determinaron al Presidente electo, lo que incrementó un marcado grado de inestabilidad.

2. La realidad macro antes referida nos ha impedido dar pasos firmes en dos sentidos:

En un primer sentido, 2.1. la realización de importantes inversiones concretadas con el apoyo de la banca nacional, precisamente después de evaluar la potencialidad de nuestra empresa que se multiplica con la inversión realizada principalmente en la compra del absoluto control accionario del Banco Territorial (banco fundado en 1886, con buen prestigio, que en los últimos 3 años ha sido el banco de mayor crecimiento porcentual del Ecuador, incrementando varias veces su patrimonio y por ende el de Casa Comercial Tosi C.A. que es el principal accionista). Esta inversión nos ha permitido manejar una operación con mayor grado de liquidez en el segmento de ventas. La inversión de 11MM que fue financiada por el Banco del Pichincha (luego de conocer el estudio de Valoración de Acciones del Banco Territorial, efectuado por la firma de auditoría internacional Panell Kell & Foster PKF, que determinó en un escenario moderado una valoración de aproximadamente US\$14'000,000.00, con corte a diciembre del 2005, y en un valor de US\$16'700,000.00 en un escenario optimista, a la misma fecha). Esta inversión en el absoluto control accionario del banco, debemos apreciarla



como un desembolso mensual de 127M, pero al mismo tiempo como un negocio financiero que nos ahorra en el manejo de nuestra tarjeta alrededor de 50M al mes, debiendo asumirse un desembolso neto mensual de aproximadamente 80M. Por éste desembolso mensual se mejora notablemente nuestra operación, volviéndonos más competitivos en el negocio crediticio, que como ustedes saben es lo que ha mantenido a esta empresa, durante los últimos 4 años.- 2.2. Otra inversión que se puede catalogar como oportunidad, es la de la nueva tienda de la calle 12 de Octubre, en la ciudad de Quito, que es una tienda de avanzada, con conceptos claros de diseño en ejecución, que debe aún potencializarse en el uso de la luz y paredes. La instalación de esta tienda necesariamente debe considerarse como una gran oportunidad dado el bajo costo mensual de arrendamiento que pudo negociarse. Si comparamos el costo de mantener una tienda en cualquier centro comercial, tendríamos que pagar, en una superficie como ésta de 5.500 metros, aproximadamente US\$1'470,000.00 por concepto de Valor Inicial de Concesión más un pago mensual de US\$84,000.00 más los costos adicionales relativos a la operación comunitaria del Centro Comercial. En esta oportunidad, por la superficie referida de 5.500 metros, sólo pagamos el canon mensual de US\$25,000.00. Esta diferencia nos permite operar esta tienda a un costo evidentemente inferior en relación a la operación dentro de un Centro Comercial.



En un segundo sentido, en la recuperación del espacio perdido del volumen de ventas. En este propósito, hemos dado un vuelco radical en el cambio de imagen, que según las encuestas que veremos en la presentación a ustedes, nos está posicionando como una tienda de mayor prestigio, cosa que tiempo atrás lo habíamos ido perdiendo. Ahora atacamos con agresividad al segmento más joven de la población económicamente activa, alejándonos de compras en China y

mejorando nuestras marcas. Dentro de nuestro cambio de imagen e incremento de productos de comercialización hemos volcado parte de nuestros esfuerzos hacia una nueva línea de electrodomésticos denominada también línea blanca, que estamos distribuyendo en todos nuestros almacenes, y paralelamente remodelamos íntegramente a nuestra tienda Policentro, dándole en un primer paso un 93% más de luz, cambio de muebles, pisos, y vestidores principalmente, y modificando fundamentalmente el *lay out*, con diseño de corredores y espacios que obligan a nuestro consumidores a tener que recorrer más nuestra tienda, que antes se mantenía subutilizada, con marcado destino de medio de ingreso al Centro Comercial.

3. Nuevos proyectos: Para el 2007 tenemos en marcha un plan de crecimiento para una tienda adicional, en Durán Outlet, en Durán, con 1.800 metros cuadrados.

4. Otro aspecto digno a considerar es el inventario que en algunos ítems tienen más de doce meses en existencia, que suma alrededor de 1MM, y otros ítems de inventario con más de ocho meses en existencia que suma alrededor de 2MM. Habiéndose pagado los productos que conforman ese inventario y teniendo dificultades en su venta, nos obliga a operar con un importante capital congelado en las perchas, originado fundamentalmente en productos importados de China, cuyo precio ha debido pagarse por adelantado.- Para disminuir el impacto de este congelamiento de capital, hemos diseñado y está en proceso de implementarse un sistema al que vamos a denominar PLAN CONFIANZA, este sistema es sin duda la negociación del futuro, se trata de que los proveedores manejen conjuntamente con Casa Tosi sus inventarios, dándoles libertad de maniobra para operar espacios previamente identificados y promocionar directamente sus productos, de esta forma se evita el filtro



que a la larga resulta inadecuado de un Departamento de Compras y los inventarios de los proveedores se toman simplemente a consignación. En un plan piloto aplicando este programa hemos logrado colocar en perchas productos por más de 2MM. Hemos acordado este sistema con algunos proveedores y esperamos hacerlo con otros más hasta llegar a manejar en este sistema alrededor del 40% de nuestras ventas con lo cual sólo pagaríamos lo que logra venderse. El atractivo que ofrecemos al proveedor, es un sistema informático que le permite al proveedor ver en línea todo el proceso de rotación de su mercadería, su permanencia en percha, el margen entre el precio al almacén y el precio final de venta, todo ello por el simple recurso de ingresar al sistema informático una clave previamente asignada a cada proveedor que va a operar en este sistema.

5. La parte financiera de este informe está respaldada por la información económica reflejada en los Estados Financieros y los informes de nuestro Comisario y de Auditoría Externa.

Atentamente,



Francesco Zunino Anda
Presidente Ejecutivo
Casa Comercial Tosi C.A.



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES**

NUMERO RUC: 0990022488001

RAZON SOCIAL: CASA COMERCIAL TOSI C.A.

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE DE CONTRIBUYENTE: ESPECIAL

REP. LEGAL / AGENTE DE RETENCION: ZUNINO ANDA PIETRO FRANCESCO

FEC. INICIO ACTIVIDADES.: 07/03/1941

FEC. CONSTITUCION: 07/03/1941

FEC. INSCRIPCION: 31/10/1981

FEC. ACTUALIZACION: 16/01/2007

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE DIVERSOS PRODUCTOS PARA EL CONSUMIDOR

DIRECCION PRINCIPAL:

Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: ROCAFUERTE Calle: AGUIRRE Número: 212 Intersección: PEDRO CARRO Referencia ubicación: JUNTO AL PRODUBANCO Email: casatosi@ipse.net Telefono Trabajo: 042325584 Telefono Trabajo: 042320632 Fax: 042327365 Email: storres@casatosi.com Apartado Postal: 09011287

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

- * DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
- * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA
- * IMPUESTO A LA PROPIEDAD DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS



DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 020

ABIERTOS:
CERRADOS:

JURISDICCION: REGIONAL LITORAL SURI GUAYAS
Casa Comercial TOSI C.A.

[Signature]
PRESIDENTE EJECUTIVO
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

[Signature]
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: JESILVA Lugar de emisión: GUAYAQUIL/AV FRANCISCO DE ORELLANA Y JUSTINO CORNEJO (WTC)

Fecha y hora: 16/01/2007 10:01:38



Javier Enrique Silva Saucedo
PRESIDENTE DEL C.A.C.
Servicio de Rentas Internas,
LITORAL SUR