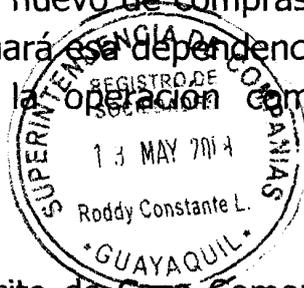


Guayaquil, 31 de Marzo del 2008

Estimados Accionistas:

1.- Sin lugar a dudas el año 2007 se caracteriza por un lento crecimiento en las actividades economicas.

En el mes de Abril del 2007 se inició una campaña en contra de las tasas de interés y los costos de crédito no solo del Sistema Bancario sino también de las Casas Comerciales, dando paso a uno de los períodos más duros para el comercio en general, que incluye nuestra empresa; ya que como ustedes saben, desde el año 2002 las utilidades de Casa Comercial Tosi son generadas en su gran parte por su sistema de crédito y no como debe ser, de la operación propia de compra y venta del almacén. A partir del 2006 estamos decididos a terminar esa dependencia y hemos dedicado nuestros esfuerzos a optimizar las compras, al cuidado de nuestros proveedores y volumen de las ventas. Con ese antecedente y con un equipo nuevo de compras, profesional y traído de las mejores tiendas se eliminará esa dependencia, poniéndose la Administración como meta, que la operación compra-venta del negocio sea positiva en un año más.



2.- Como decisión obsesiva, el propósito de Casa Comercial Tosi C. A. será el mismo; CRECER y para hacerlo de la mejor manera, la compañía entró en un proceso de reingeniería que abarcó todos los aspectos vitales en el negocio del retail. (Compras-Personal-Gastos); con una inversión de 0 para Casa Comercial Tosi. El programa nos absorbió en 8 duros meses de trabajo.

Dentro de las compras se establecieron todo tipo de procedimientos internos para mejorar la CADENA DE VALOR, adicionalmente se crearon indicadores para poder medir la gestión del departamento de Compras, se crearon procesos de inventarios para dar confiabilidad a los mismos, entre otros puntos que se verán más detallados en la presentación de imágenes.

Por el lado de Gastos, lo que se buscó fue optimizar los recursos de la empresa estableciendo un Pareto de las principales cuentas impactables para poder mejorar el uso de las mismas. Una vez analizado esto, los resultados fueron muy positivos, sólo en el año 2007 los ahorros obtenidos por el correcto uso de los recursos ascendieron a US\$361M; y en lo que va de este año los ahorros superan los US\$420M acumulados.

Paralelamente con el proceso de reingeniería se trabajó con la relación con los proveedores, la cual se fortaleció con el Plan Confianza durante este período, los proveedores que han decidido hacer uso de él pueden ver todo el proceso de la mercadería en línea; es decir ingreso, permanencia en percha, rotación, margen y precio final.

3.- La apertura de la tienda en la avenida 12 de Octubre está dando los resultados esperados; ya se potencializó todo lo que faltaba en iluminación y paredes y se logró disminuir el egreso por arrendamiento, pasando de 25M a 10M por mes. Adicional a esto; también se abrió la cafetería en la misma tienda, una cafetería con un concepto muy moderno y con una excelente ubicación tanto dentro de la Tienda como fuera de ella por el Sector Comercial dónde se encuentra; lo que implica mayor tráfico en las mismas.

Como punto adicional, dentro de esta tienda está próximo a inaugurarse el Centro Financiero de Negocios a fines del mes de Mayo; este centro financiero de negocios contará con todos los servicios de las empresas del grupo en el mismo espacio físico; con lo que la afluencia de público aumentará y esto generará a su vez varios beneficios para Casa Comercial Tosi.

En el mes de Diciembre del 2007 Casa Comercial Tosi realizó la noche tarjetas; una noche inolvidable de la que mi padre GIULIO ZUNINO PESCE, hubiera estado muy orgulloso, ya que gracias a él Casa Tosi logró mantenerse con pasos firmes; pasos que sin duda la Administración profesional con que contamos piensa seguir. Esa noche, resultó ser la mejor noche de tarjetas de toda la historia, vendiendo



aproximadamente US\$900M en un solo día. Definitivamente fue un gran logro fruto del trabajo diario de todos los que somos parte de esta compañía.

4.- En lo que corresponde a Inversiones; Casa Comercial Tosi está dando grandes pasos:

4.1 Seguridad: estamos ubicando Antenas y varios tipos de dispositivos electrónicos en todos los almacenes para cumplir con las metas propuestas para este año 2008, en beneficio de disminuir notablemente las mermas que son propias del negocio.

4.2 Cafetería: estamos en negociaciones con un Proveedor que nos ofrece un software amigable que permitirá mejorar la atención al cliente, y con esto mejorar nuestro posicionamiento como una cafetería de gran tradición para los ecuatorianos.

De manera profesional, hemos concluido lo que ninguna tienda del país ha logrado hacer; que las marcas más prestigiosas estén en nuestras tiendas, marcas como: Ocean Pacific, Grand Slam, Calvin Klein, Guess, Izod, Arrow, Ted Lapidus, Buffalo, Baby Works, Mark Segal, Freesite España, XOXO, Carters, Osh Kosh, entre otras, para reemplazar a marcas que nos traído más problemas que beneficios.

5.- La parte comercial y financiera de este informe está respaldada por la presentación de diapositivas y por la información económica reflejada en los Estados Financieros y los informes del comisario y de Auditoría Externa.

La utilidad neta obtenida en este período alcanza la suma de US\$243.220,97 debe destinarse a fortalecer el patrimonio de la compañía.

Atentamente



Francesco Zunino Anda

Presidente Ejecutivo

CASA COMERCIAL TOSI C.A.

