

MEMORIA DEL DIRECTORIO

De conformidad a lo dispuesto en los Estatutos Sociales y las Normas Legales vigentes, cumplimos en someter a consideración de los Señores Accionistas de **ROSANTI SOCIEDAD ANONIMA EMISORA DE CAPITAL ABIERTO**, la Memoria del Directorio, El Balance General, Cuadro de Resultados e Informe del Síndico correspondiente al ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2018.

Más abajo un breve resumen de la gestión por áreas que nos permitió llegar a los números finales.

AREA ADMINISTRATIVA FINANCIERA

El ejercicio 2018, ha sido un año en donde la economía ha sido afectada por varios factores que la han impactado de manera sustancial, iniciamos el año con la disminución propia de un año de elecciones generales, que ponen en una situación de cautela a la población en general, debido a la incertidumbre del impacto del cambio de gobernantes, en la población laboral del sector público y privado, que por ende, al ser el Shopping un lugar de acceso al público en general, los recaudos que llevan en cuenta tanto el sector inversionista, como el de los clientes minoristas, la recesión no se hizo esperar notar, especialmente en el primer semestre del año.

Hemos, además, sorteado una serie de amenazas, que se han llegado a materializar, como el caso del cierre de nuestro acceso principal y las obras publicas que nos dejaron prácticamente aislados, sin acceso, otorgando ventajas a los competidores próximos a nuestro shopping que han sido subsanados gracias a la tenacidad de nuestros Directivos y de la Gerencia General quienes no dieron tregua a los entes públicos encargados de reestructurar las condiciones, en beneficio de nuestra firma.

Finalizamos un año bastante duro, pero al que no le hemos permitido tirarnos hacia atrás. Esto se ve reflejado en los índices, dentro de todo bastante alentadores, que deja más que comprobado el esfuerzo y el compromiso del equipo. Tal es así que cerramos el año de manera muy satisfactoria, con un Retorno sobre la Inversión de los Accionistas del 12,38%. Nuestras utilidades operativas aumentaron al 11,33% en relación al año anterior y se ha logrado optimizar y racionalizar los recursos, lo cual se ve reflejado en la disminución de los egresos operativos en un 6.78% en relación al año 2017, sopesando así los vaivenes de la economía nacional que también afectan a nuestros clientes.

En el área del Talento Humano, nuestro principal activo, hemos apostado a la capacitación constante de nuestros colaboradores, es por eso que en el año 2018 se ha iniciado la implementación de otorgar becas universitarias pagadas por la firma, beneficiando así a personas que demuestran compromiso y lealtad a la firma, en convenio con la Universidad Politécnica y Artística del Paraguay (UPAP). La capacitación de la

Plana Gerencial también fue implementada con cursos de idiomas, desarrollados por profesores particulares en las instalaciones de la firma.

AREA COMERCIAL

En el área comercial, siempre en vista al mejoramiento de marcas que componen al centro comercial, se ha trabajado en la incorporación de locales nuevos de renombre en el mercado en diferentes rubros, como ser en el área de Servicios: COOPERATIVA SAN CRISTOBAL, CLARO con su CENTRO DE ATENCION DE CLIENTES, tienda de moda como AEROPOSTALE, en el rubro de electrodomésticos FULLMARKET HOGAR, góndolas como la REVISTERIA y DIVINA HOME, y en el Patio de Comidas las marcas BELLINI, GRIDO HELADOS Y SIETE72 CHURRASQUERIA. Además de la importante incorporación de los CINES ITAU SAN LORENZO.

Se han realizado acuerdos comerciales con marcas de consumo masivo, tanto para brandig de espacios en áreas comunes, como para activaciones para los clientes. Algunas de ellas son Trébol, Sweet Care y Nosotras.

En otro aspecto, y como parte importante de los ingresos, se mantienen las negociaciones con los locales comerciales para la realización de Carpas de Liquidación, Ferias de Vehículos de diferentes concesionarias y Activaciones con varias marcas reconocidas del mercado, además de la comercialización de espacios de cartelera internos y externos y otros espacios publicitarios.

Durante el año hemos logrado el 100% de la ocupación en locales comerciales, Patio de Comidas, así como en espacios de góndolas. No obstante sigue el permanente trabajo de negociar nuevas y mejores marcas de prestigio en el mercado a precios más convenientes, y el trabajo permanente con los locales actuales para lograr mejores ingresos, tanto en los alquileres fijos como en los variables.

Hemos crecido en un 6% en flujo de visitantes, en relación al 2017 año anterior. Afectando positivamente a las ventas de los locales con un crecimiento del 3 %, en relación al 2017.

Estos logros nos comprometen a seguir en la línea de la mejora continua, buscando oportunidades en el mercado, para incorporarlas al centro comercial en pos del beneficio de la empresa y de sus clientes.

AREA MARKETING

Haciendo un recuento de la gestión de la Gerencia de Marketing durante el año 2018, nos encontramos con objetivos propuestos alcanzados. Desde la perspectiva del éxito de los eventos organizados, promociones y acciones, que influyeron en el tráfico de personas y por consiguiente en las ventas de nuestros locatarios. En el tráfico de personas, de las 2.599.189 que ingresaron en el 2017, crecimos a 2.745.443, un 6% respecto al año anterior, lo cual es altamente positivo considerando que se administró un presupuesto menor, que aparecieron nuevas competencias directas en la zona y que surgieron otros factores externos que afectaron al Shopping.

Se realizaron más de 130 eventos en todo el 2018, entre shows musicales, festivales, eventos para niños, talleres y actividades sobre temas varios, ofreciendo así múltiples opciones para compartir con los clientes y atraerlos al Shopping, incluyendo las grandes campañas y fechas comerciales del año.

En materia de RSE también tuvimos una importante repercusión con campañas solidarias que generaron mucha empatía con los clientes.

Asimismo, importantes mejoras se encararon desde la Gerencia de Marketing, por citar algunas:

- Nueva Mesa de Informes.
- Construcción de un Refugio de Pasajeros.
- Nuevo Cartel de Fachada.
- Espacios de Carga para Celular.
- Nuevos Tótems en pasillos.
- Colocación de Basureros externos.
- Nuevo Escenario
- Construcción de Nueva Página Web.
- Generamos material para redes documentando los eventos con videos.
- Mejoramos la calidad de nuestros eventos con nuevos micrófonos, tela proyectora, etc.

Lo hecho se condice con una gran parte de lo planificado y proyectado para el año, quedan aún muchas necesidades y debilidades en las que trabajar, así como fortalezas que potenciar y oportunidades por explotar, para que el San Lorenzo Shopping esté siempre a la vanguardia en su rubro y por sobre todo satisfaga las expectativas de los clientes y locatarios.

AREA OPERACIONES

Sin dudas para el área, fue un año de muchos desafíos poniendo como siempre todo el esfuerzo del equipo para mejorar la experiencia de compras de los visitantes.

En el área de Mantenimiento, ejecutamos todos los trabajos planificados y que son de rutina que tienen que ver con el normal funcionamiento del Shopping. Se intensificaron los controles en lo que respecta a instalaciones eléctricas de locales del Patio de Comidas. Especial atención también al sistema de Prevención de Incendios, tanto los del Shopping como los de Casa Paraná y el Supermercado Salemma. A tal efecto hemos firmado un convenio con el Cuerpo de Bomberos para las verificaciones permanentes y para capacitación del personal.

En el área de Seguridad, una de nuestras fortalezas para con el visitante, siempre se estuvo atento para salvar cualquier situación que se pudiera presentar teniendo casos que fueron resueltos en forma satisfactoria, hecho que fue valorado por clientes afectados.

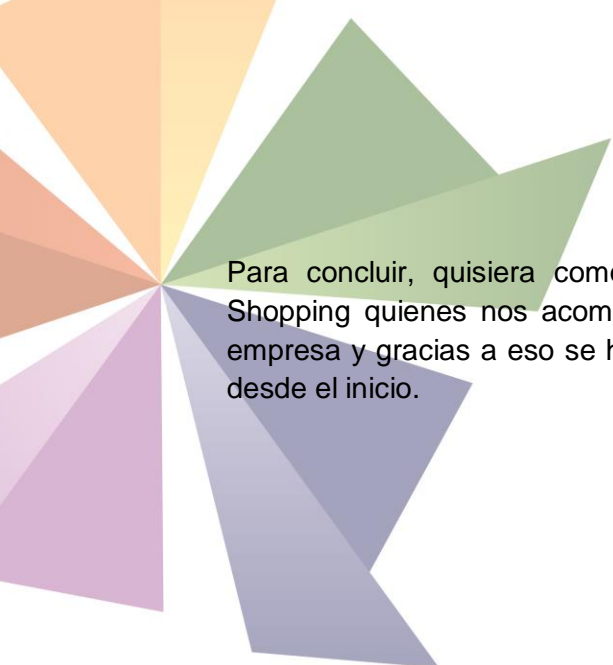
En el área de Limpieza, trabajando siempre con la empresa tercerizada, nuestra insistencia de siempre en mantener nuestra condición de ser uno de los más limpios. Especial atención a los sanitarios que son los sectores más expuestos a las críticas. Igualmente se intensificaron los trabajos de fumigación a modo de eliminar totalmente las plagas, siendo las moscas las más visibles y molestas.

Hemos instalado nueva carcerería vial, en la zona del HUSL, para facilitar el tránsito en el nuevo acceso del sector. Otro punto muy importante que no se descuida y que tiene que, con el cuidado del medio ambiente, es el control rutinario de la calidad del efluente de la Planta de Tratamiento, ya que como se sabe su destino final es el Arroyo Jhú.

CONCLUSIONES

Hemos cerrado otro exitoso año, habiendo cumplido y superado las metas operativas, a pesar de las dificultades descriptas mas arriba.

Estos hechos nos auguran un futuro promisorio, que se verán traducidos en importantes inversiones en infraestructura (edificio de estacionamientos) que nos va a permitir seguir en esta senda de éxitos. La consolidación de nuestro Centro Comercial, es un proceso continuo que exige lo mejor de cada uno de nosotros.



Para concluir, quisiera como siempre, agradecer al gran **EQUIPO** del San Lorenzo Shopping quienes nos acompañaron en este período, haciendo suyas las metas de la empresa y gracias a eso se ha logrado llegar a los resultados que nos hemos propuesto desde el inicio.

EL DIRECTORIO