

La empresa Lógica nació en Quito, en 2007. El año pasado facturó USD 130 000



Miryam del Pino, Graciela y Gina Ontaneda son las fundadoras de esta firma dedicada a brindar soluciones en compras y adquisiciones.

Miryam del Pino y las hermanas Gina y Graciela Ontaneda vieron suficiente potencial en la asesoría en compras y adquisiciones, que renunciaron a su carrera en multinacionales para apostar a su iniciativa: Lógica.

Estas emprendedoras se conocieron en 1997 mientras estudiaban en la Facultad de Administración de Empresas, de la Universidad Católica de Quito.

La amistad que sembraron en las aulas, las llevó a mantener el contacto incluso después de su etapa universitaria.

Del Pino se graduó de Ingeniería Comercial, mientras que Graciela obtuvo una Licenciatura en Administración de Empresas y Gina egresó, pero no obtuvo el título universitario.

La iniciativa de crear Lógica surgió por un proyecto académico. En 2005 Del Pino inició sus estudios de MBA en el Tecnológico de Monterrey, con sede en Quito. El requisito para graduarse fue realizar un estudio de mercado y poner en marcha un proyecto de negocios.

Estas ejecutivas aprovecharon este trabajo para buscar nichos de mercado e implementar su idea. Encontraron que en el área de compras había una carencia en el sistema de calificación a proveedores que dan servicio a las empresas.

En 2007 estas tres ejecutivas renunciaron a sus empleos. Gina trabajaba en el área de compras de Citybank; Graciela desarrollaba la planificación financiera en la tabacalera Phillip Morris; y Del Pino se desempeñaba en la rama de activos en la operadora Movistar: "Fue difícil dejar un puesto ya consolidado para perseguir nuestras metas. El riesgo fue alto pero decidimos asumirlo", comenta.

En julio de ese mismo año, instalaron su oficina en el norte de Quito. Cada una realizó una inversión inicial de USD 10 000, de sus ahorros personales.

El servicio que da esta firma es el de analizar y calificar a los proveedores de las empresas, para que estas tengan noción del riesgo que corren. Para ello utilizan el software empresarial Sharepoint que ayuda al cliente a visualizar y comparar resultados para tomar decisiones.

Uno de sus primeros clientes fue Mutualista Pichincha. Luis Miguel Játiva, gerente de Compras, comenta que el servicio que les da Lógica ayuda a la entidad a asegurarse al momento de contratar bienes y servicios. "Todos nuestros proveedores son calificados por Lógica, esto nos ayuda a mitigar el riesgo", señala Játiva.

La facturación mensual fluctúa entre los USD 10 000 y 15 000. El año pasado Lógica facturó USD 130 000.

Las tres socias dividen sus ganancias y la carga laboral en partes iguales.

Su cartera de clientes se ubica entre 25 y 30 empresas mensuales. En la iniciativa laboran 10 empleados, que aportan al trabajo que realiza cada ejecutiva.

El costo de los servicios de Lógica, es decir por analizar y calificar a un proveedor, es de USD 120 para personas jurídicas y USD 80 para personas naturales.

Marylolis Food Services es un negocio dedicado al servicio de alimentación y banquetes. Su dueña, María Lola Larrea, comenta que su empresa pasó por la calificación de Lógica para trabajar con Banco Pichincha y la marca de vehículos Tata. "Esta calificación permite que las empresas conozcan nuestra calidad".

Sus proveedores también confían en su trabajo. Carolina Grijalva, asesora de la agencia Dream Travel, afirma que en promedio Lógica les compra cinco pasajes semanales para vuelos nacionales e internacionales. "La relación laboral es óptima y eficiente ya que son cumplidas y serias".

Actualmente, las socias planean abrir operaciones en Venezuela y EE.UU. En Colombia y Perú ya cuentan con licencias debido a que su cliente Nokia Siemens Networks les solicitó brindar su servicio de forma regional. Ellas esperan iniciar operaciones en estos cuatro países durante

el transcurso de este año.

### **Lo que evalúan**

**Impuestos.** Lógica evalúa el estado tributario de los proveedores.

**Operación.** El parámetro de la capacidad operativa es vital.

**Finanzas.** Un análisis financiero permite conocer su balance general.

**Perfil.** La imagen comercial permite conocer la trayectoria.

Fuente: [Revista Lideres](#)