



logicstudio
INNOVATION | SERVICES | SOLUTIONS

INFORME ANUAL DEL AÑO 2015

GERENCIA GENERAL

11 de abril del 2016

www.logicstudio.net

Índice

1.	RESUMEN EJECUTIVO	4
2.	RESUMEN DE LOS OBJETIVOS DEL EJERCICIO ECONOMICO 2015	4
3.	CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS PROPUESTOS PARA EL EJERCICIO ECONOMICO 2015	5
3.1.	INGRESOS	5
	Objetivo 1:	5
	Cumplimiento:	5
	Principales Actividades Desarrolladas en el área de Ingresos:	5
3.2.	UTILIDAD DE LOS PROYECTOS	6
	Objetivo 2:	6
	Cumplimiento:	6
	Objetivo 3:	7
	Cumplimiento:	7
	Principales Actividades Desarrolladas en el área de Utilidad de Proyectos:	7
3.3.	LÍNEAS DE NEGOCIO.....	8
	Objetivo 4:	8
	Cumplimiento:	8
	Objetivo 5:	8
	Cumplimiento:	8
	Principales Actividades Desarrolladas en el área Líneas de Negocio:.....	9
3.4.	CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD	9
	Objetivo 6:	9
	Cumplimiento:	9
	Objetivo 7:	9
	Cumplimiento:	9
	Objetivo 8:	10
	Cumplimiento:	10
	Principales Actividades Desarrolladas en área de Calidad y Productividad:	10
3.5.	AREAS Y MÓDULOS DE SOPORTE	10
	Objetivo 9:	10
	Cumplimiento:	10
	Principales Actividades Desarrolladas en las Áreas y Módulos de Soporte:	12
4.	OBJETIVOS PARA EL PERÍODO 2016.....	12
5.	CUMPLIMIENTO DE DISPOSICIONES DE LA JUNTA GENERAL Y EL DIRECTORIO	13

6.	HECHOS EXTRAORDINARIOS PRODUCIDOS DURANTE EL EJERCICIO, EN LOS AMBITOS ADMINISTRATIVO, LABORAL Y LEGAL	13
7.	SITUACION FINANCIERA Y RESULTADOS ANUALES	14
8.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA EL PERIODO 2016.....	15

1. RESUMEN EJECUTIVO

El año 2015 fue un año lleno de retos para el ejercicio estratégico y operativo de LOGIC STUDIO S.A., después de un 2014 donde se logró recuperar una importante pérdida del ejercicio 2014, la principal meta era mantener el ritmo de crecimiento comercial, no obstante la situación financiera del país, que inició con un importante baja en el precio del petróleo provocando una contracción en la movilidad del mercado tanto público como privado. Adicionalmente se buscaba no descuidar el enfoque en el crecimiento profesional de sus colaboradores y la atención a sus socios.

En ese sentido la gestión de la Gerencia General y los diferentes puestos directivos dentro de la compañía permitieron, una vez más, sostener la infraestructura humana y física de LOGIC STUDIO S.A., permitiendo, no solo su permanencia en el mercado local, sino fortaleciendo su buen nombre en la industria y frente a sus principales competidores.

A continuación se presenta el resultado de la gestión de la empresa como un todo y de la Gerencia General a la cabeza durante el año 2015, las principales actividades desarrolladas así como las metas proyectadas para un retador 2016.

2. RESUMEN DE LOS OBJETIVOS DEL EJERCICIO ECONOMICO 2015

LOGIC STUDIO S.A., fue constituida mediante escritura pública el 26 de mayo del 2003 e inscrita en el Registro Mercantil el 11 de junio del 2003. El plan de negocios para el año 2015 comprendía la estrategia de fortalecer y vigorizar nuestras operaciones, tanto en el ámbito nacional como internacional, enfatizando en tres factores fundamentales: Ingresos, Líneas de Negocio, Calidad y Productividad así como en Áreas y Módulos de Soporte.

A. Ingresos

1. Para el 2015 se proyecta tener un valor en ventas de \$1.650.000 correspondiente a un crecimiento aproximado del 09% con respecto del 2014.

B. Utilidad Proyectos

2. Lograr una rentabilidad por proyecto de al menos el 15%.
3. No generar líneas de negocio con pérdida, se busca tener todas las líneas de negocio en positivo.

C. Líneas de negocio

4. Fortalecer el posicionamiento de marca en el área de consultoría en BI, Big Data y Análisis Predictivo.
5. Definir y organizar una línea de servicios en la nube. De ser posible generar un monto de ventas, de esta línea, en el período 2015.

D. Calidad y Productividad

6. Mantener la certificación de Gold Partner en MS ALM y alcanzar la certificación Gold en MS BI.
7. Lograr la certificación BI en IBM y mantener la de Big Data en IBM.
8. Incorporar un proceso de marketing dentro de la empresa.

E. Áreas y Módulos de Soporte

9. Obtener un índice de rotación de personal positivo.

Estos conceptos constituyeron los objetivos prioritarios para este periodo. La empresa alentó a sus empleados y socios a contribuir con ideas y con su participación activa a fin de implementar calidad, productividad y lograr el crecimiento de la empresa. De nuestra parte pusimos a disposición de nuestra fuerza laboral instrumentos tecnológicos de punta, infraestructura física acorde con las necesidades y compensaciones de acuerdo al mercado.

3. CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS PROPUESTOS PARA EL EJERCICIO ECONOMICO 2015

A continuación se presentan, por objetivo, el cumplimiento de cada uno así como un resumen de las actividades ejecutadas para cada área.

3.1. INGRESOS

Objetivo 1:

1. Para el 2014 se proyecta tener un crecimiento en ventas del 10% con respecto del 2013 esto es un valor aproximado de \$1.607.303.

Cumplimiento:

- ✓ Las ventas fueron de \$ 1.106.027,89 lo cual representa un decremento del 27% en relación al año 2014, con lo cual el cumplimiento de esta meta no se dio.

Principales Actividades Desarrolladas en el área de Ingresos:

- ✓ El decrecimiento en ventas se debe principalmente a la disminución de ingresos en el área de Outsourcing, Desarrollo y Consultoría, siendo la más afectada la primera con una reducción del 16% en relación al mismo rubro en el año pasado. El número de clientes de outsourcing se redujo de 16 a 10, además que la facturación de clientes representativos como Produbanco se

redujo ostensiblemente debido a la política de reducción de servicios externos que el Banco adoptó luego de su fusión con el grupo Promérica. A pesar de ello la facturación internacional, E-Sage se incrementó en un 45%; la importancia de este último dato radica en que la estrategia para LOGIC STUDIO durante el 2016 será apalancarse en incrementar la exportación de servicios al exterior.

- ✓ La empresa enfocó su actividad comercial principalmente en temas de proyectos de Inteligencia de Negocios; Big Data y Análisis Predictivo, bajo este esquema la demanda de proyectos de Big Data fue muy escasa mientras que los trabajos de preventa realizados para BI y Análisis Predictivo tuvieron muy buena recepción por parte del mercado objetivo y se aspira perseguir esta misma línea durante el 2016.
- ✓ Durante el año, se trabajó con equipo comercial de dos personas, más un gerente comercial, que también hace labor en campo; lamentablemente las metas mensuales de venta no fueron cumplidas en ningún mes, dos motivaciones principales se perciben como la principal causa, el nivel junior en venta de servicios de tecnología por parte de los dos vendedores a cargo del equipo comercial y la falta de control y claridad de metas que debieron ser gestionadas por la gerencia comercial y la gerencia general.
- ✓ En términos globales los resultados en ventas obtenidos en el año 2015 tuvieron una caída importante en relación al 2014, produciendo en consecuencia un no cumplimiento de la meta propuesta en este punto.

3.2. UTILIDAD DE LOS PROYECTOS

Objetivo 2:

2. Lograr una rentabilidad por proyecto de al menos el 15%.

Cumplimiento:

- ✓ La utilidad bruta de proyectos en el año 2015 fue del 1% que comparativamente con el año 2014 donde fue del 7% significa un decrecimiento importante y considerable. En consecuencia, no se logra cumplir la meta de una utilidad del 15% por proyecto.

Se muestra a continuación un detalle de rentabilidad por línea de negocio, dejando nuevamente a la línea de desarrollo a medida con pérdida.

Datos a diciembre 2015

VENTA POR LÍNEA DE NEGOCIO 2015

Línea	Ingresos		Egresos		Utilidad		Utilidad %	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Outsourcing	\$ 688.957,60	\$ 820.979,86	\$ 660.037,59	779.448	\$ 28.920,01	\$ 41.532,15	4%	5%
Desarrollo	\$ 126.317,58	\$ 244.276,23	\$ 182.014,37	281.622	\$ (55.696,79)	\$ (37.346,09)	-44%	-15%
Capacitación	\$ 42.154,25	\$ 42.453,68	\$ 24.881,78	26.785	\$ 17.272,47	\$ 15.669,00	41%	37%
Consultoría	\$ 160.338,51	\$ 244.222,82	\$ 110.699,79	133.440	\$ 49.638,71	\$ 110.782,86	31%	45%
Mantenimiento	\$ 71.224,02	\$ 84.139,81	\$ 90.190,26	72.660	\$ (18.966,24)	\$ 11.479,42	-27%	14%
Productos	\$ 16.056,38	\$ 83.615,10	\$ 23.020,78	118.881	\$ (6.964,40)	\$ (35.266,15)	-43%	-42%
Varios	\$ 979,55	\$ 678,19	\$ 444,34	220	\$ 535,21	\$ 457,89	55%	68%
TOTALES	\$ 1.106.027,89	\$ 1.520.365,68	\$ 1.091.288,92	\$ 1.413.056,61	\$ 14.738,96	\$ 107.309,07	1%	7%

PORCENTAJE DE VENTAS POR TIPO DE CLIENTE

Tipo	%		Ingresos		Egresos		Utilidad		%Utilidad	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Privado	74%	79%	818.142	1.201.076	762.766	1.096.199	55.377	104.877	7%	9%
Público	26%	21%	287.886	319.289	325.958	316.857	(38.073)	2.432	-13%	1%

Objetivo 3:

- No generar líneas de negocio con pérdida, se busca tener todas las líneas de negocio en positivo.

Cumplimiento:

- ✓ Lamentablemente el resultado del 2015 presenta tres líneas de negocio a pérdida, Desarrollo, Mantenimiento y Productos; con esto la meta planteada no ha sido cumplida.

Principales Actividades Desarrolladas en el área de Utilidad de Proyectos:

- ✓ Se consolidó el área de consultoría a fin de incluirla como apoyo preventa para la identificación de cronogramas de trabajo, sobre todo en líneas de Inteligencia de Negocios.
- ✓ Se generó un mecanismo de revisión de rentabilidad por proyecto, dando a conocer a los nuevos miembros comerciales el apoyo del área técnica de consultoría para la generación de propuestas, con esto se persigue reducir la presencia de proyectos de riesgo técnico importante sin la adecuada valorización del riesgo en el precio de cada proyecto.
- ✓ Se lograron cerrar proyectos de consultoría y capacitación, buscando desenfocar al área comercial de los proyectos de desarrollo a medida sobre los cuales, tradicionalmente, LOGIC STUDIO S.A. ha sufrido pérdidas considerables.

- ✓ Los proyectos de desarrollo a medida, en sector público sobre todo, son tratados con excepción y con manejo de riesgos que permitan subsanar retrasos inherentes al tipo de proyecto; a pesar de ello el proyecto de Ferrocarriles del Ecuador, que se logró cerrar durante el 2015, registrado en el rubro de Desarrollo a Medida presenta la pérdida más representativa.
- ✓ Es necesario tener en cuenta que sin la consideración de los gastos generales de la empresa (gastos administrativos, personal sin proyecto, gastos fijos, etc), cerca del 90% de los proyectos presentan un saldo positivo, no obstante, al considerar los gastos generales de manera proporcional al costo de cada proyecto, la utilidad en cada caso se ve afectada considerablemente en algunos casos, con el consecuente registro de pérdida en tres de las seis líneas de negocio identificadas para la compañía.

3.3. LÍNEAS DE NEGOCIO

Objetivo 4:

4. Fortalecer el posicionamiento de marca en el área de consultoría en BI, Big Data y Análisis Predictivo.

Cumplimiento:

- ✓ Se realizaron actividades de preventa al respecto de este tema así como se modificaron las presentaciones corporativas, capacitando además al personal comercial sobre este enfoque. Si bien no se tienen cifras representativas, durante el ejercicio 2015, se logró ubicar el discurso comercial y técnico de que LOGIC STUDIO es un socio estratégico en las líneas de BI y Análisis Predictivo. En la línea de Big Data se determinó la falta de madurez, al menos en el mercado contactado por LOGIC STUDIO en el 2015 para emprender en proyectos de esta naturaleza.
- ✓ Con estas consideraciones podemos dar por cumplido este objetivo, sobre el cual, sin embargo, es necesario seguir trabajando durante los próximos años.

Objetivo 5:

5. Definir y organizar una línea de servicios en la nube. De ser posible generar un monto de ventas, de esta línea, en el período 2015.

Cumplimiento:

- ✓ No se pudo cumplir una meta de venta sobre el rubro de negocios como servicios en la nube, a pesar que se generaron una suite de servicios de reportes denominados productos MAVI, estos no tuvieron acogida inmediata en el mercado objetivo.

Principales Actividades Desarrolladas en el área Líneas de Negocio:

- ✓ Se fortalecieron las alianzas con Microsoft MS e IBM para posicionar la marca LOGIC STUDIO como especialistas en las líneas de Inteligencia de Negocios BI, Big Data y Análisis Predictivo, logrando ubicar un importante proyecto con el Banco Internacional en la línea de BI.
- ✓ Los consultores lograron certificaciones en las líneas de BI y Big Data tanto para el lado de MS como IBM.
- ✓ El enfoque mayormente estuvo alineado con temas de venta de servicios de consultoría en BI y Análisis Predictivo que como consecuencia podrían ubicar licenciamiento de nube o productos MS. Alrededor de esto se efectuaron eventos soportados en MS.
- ✓ Se extendió el tema de venta de servicios, con enfoque multimarca, incluyendo a IBM en la línea de servicios. En esta línea se logró una única venta de servicios que se puede considerar como un primer paso en el mundo IBM en este sentido. También se realizaron labores de preventa como eventos y certificaciones comerciales y técnicas.
- ✓ En relación a la inversión en la Compañía Ecuapayphone, es necesario anotar que ésta empresa empezó ya, a finales del 2015, a colocar sus servicios, no obstante el ejercicio financiero del 2015 deja esta inversión en negativo, por el momento.

3.4. CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD

Objetivo 6:

6. Mantener la certificación de Gold Partner en MS ALM y alcanzar la certificación Gold en MS BI.

Cumplimiento:

- ✓ Durante el 2015 si se alcanzó conservar la certificación Gold con Microsoft en la línea de ALM además que si se logró el mismo nivel en la competencia de Inteligencia de Negocios. Con esto si se da cumplimiento a este objetivo.

Objetivo 7:

7. Lograr la certificación BI en IBM y mantener la de Big Data en IBM.

Cumplimiento:

- ✓ Se logró calificar a LOGIC STUDIO S.A. como partner Big Data en IBM, pero no se logró la certificación de BI. El objetivo se cumple parcialmente.

Objetivo 8:

8. Incorporar un proceso de marketing dentro de la empresa.

Cumplimiento:

- ✓ No se logró incorporar un proceso de marketing formal completo dentro de la organización, sin embargo se incorpora una gestión de telemarketing para la colocación de cursos abiertos en la línea de capacitación.

Principales Actividades Desarrolladas en área de Calidad y Productividad:

- ✓ Con el apoyo del área de Operaciones, designada responsable del manejo de los procesos en la empresa se han mantenido actualizados los procesos y procedimientos de la gestión de la empresa.
- ✓ El área de operaciones coordinadamente planificó la certificación de personal de consultoría en ALM y BI así como en la línea de Big Data de IBM. Cosa similar ocurrió con las certificaciones comerciales en las dos líneas.
- ✓ Se cumplieron los requisitos de certificaciones de clientes para obtener las certificaciones en la línea de MS e IBM.
- ✓ Se incorporó y ejecutó un proceso de telemarketing para realizar ventas proactivas de cursos técnicos abiertos principalmente.

3.5. AREAS Y MÓDULOS DE SOPORTE

Objetivo 9:

9. Obtener un índice de rotación de personal positivo.

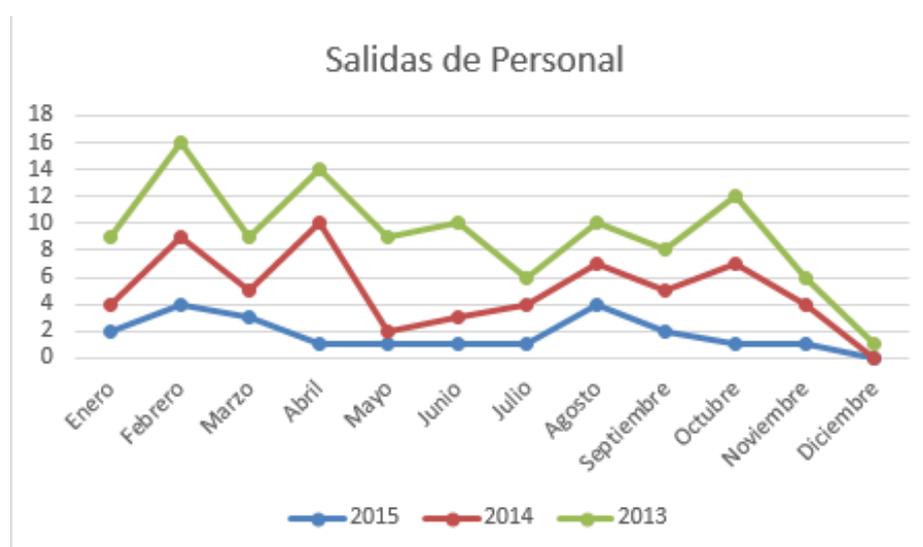
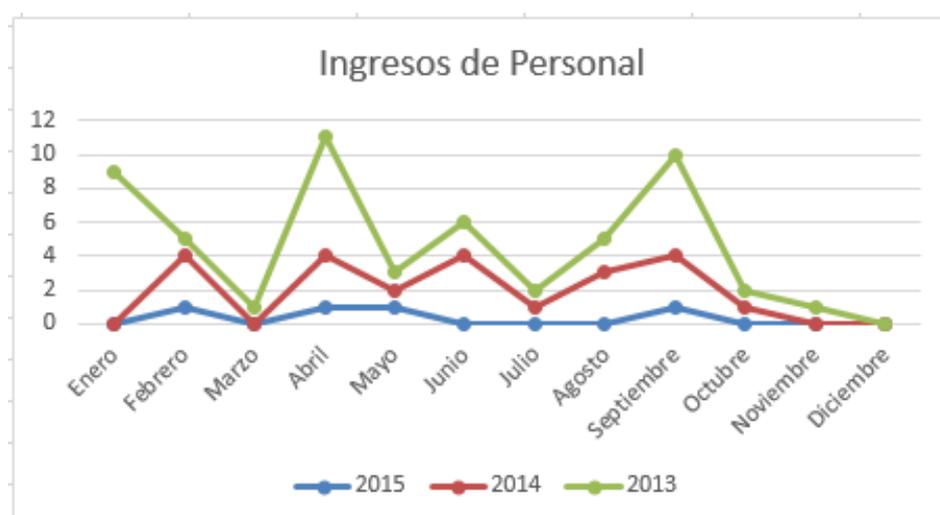
Cumplimiento:

- ✓ La meta no fue cumplida, al contrario y penosamente, el índice sufrió un deterioro importante. El año 2015 se cerró con un total de 35 colaboradores, de 45 que iniciaron el año, incluyendo socios, personal por proyecto, personal en nómina y personal administrativo.

- ✓ A pesar de la reducción en el número de colaboradores, la tasa de rotación fue mejor que la del año pasado.

	2015	2014
Ingresos	4	19
Salidas	21	39
Indice Rotación	-38%	-40%

La rotación de personal es un fenómeno que impacta directamente en la rentabilidad y ventas de la empresa y sobre el cual es necesario trabajar de forma no convencional e innovadora, a continuación y para ilustrar la problemática se muestra una tendencia de los últimos tres años.



Principales Actividades Desarrolladas en las Áreas y Módulos de Soporte:

- ✓ Se generaron procesos más claros en el área de Talento Humano, gracias al apoyo de la jefa de Talento Humano; con el fin de lograr mayor efectividad en los procesos de selección y contratación sobre todo.
- ✓ Dada la situación económica de la empresa y la del mercado en general se optó por no crecer mayormente en personal a menos que los proyectos justifiquen una extensión de al menos seis meses, rangos de tiempo menor no justifican nuevas contrataciones.
- ✓ Se fortalecieron políticas y procedimientos de talento humano para mejorar la comunicación con el personal.
- ✓ La empresa tomó la decisión de cambiar de proveedor del seguro médico privado a fin de mantener este beneficio a sus colaboradores.

4. OBJETIVOS PARA EL PERÍODO 2016

Los objetivos a lograr en el nuevo período de trabajo de LOGIC STUDIO en el año 2016 y sobre los cuales versará el siguiente informe de Gerencia General son:

A. Ingresos

- ✓ Considerando la complicada situación a nivel del Ecuador se proyecta tener un valor en ventas que supere el millón de dólares, ideal pero no obligatoriamente con un crecimiento sobre lo alcanzado en el 2015.

B. Utilidad Proyectos

- ✓ Lograr una rentabilidad por proyecto de al menos el 15%.
- ✓ Mantener un costo operativo eficiente de tal forma que no afecte fuertemente la rentabilidad de los proyectos.

C. Líneas de negocio

- ✓ Incrementar la facturación de las líneas de capacitación y consultoría en al menos un 10% cada uno en relación al ejercicio 2015.
- ✓ Aumentar la participación de las líneas de capacitación y consultoría juntas en relación a la participación de la línea de Desarrollo a medida.

D. Calidad y Productividad

- ✓ Mantener la certificación de Gold Partner en MS en ALM y BI.
- ✓ Lograr la certificación BI en IBM y mantener la de Big Data en IBM.

E. Áreas y Módulos de Soporte

- ✓ Obtener un índice de rotación de personal positivo.
- ✓ Definir una estrategia adecuada para que LOGIC STUDIO cuente con una oficina propia.

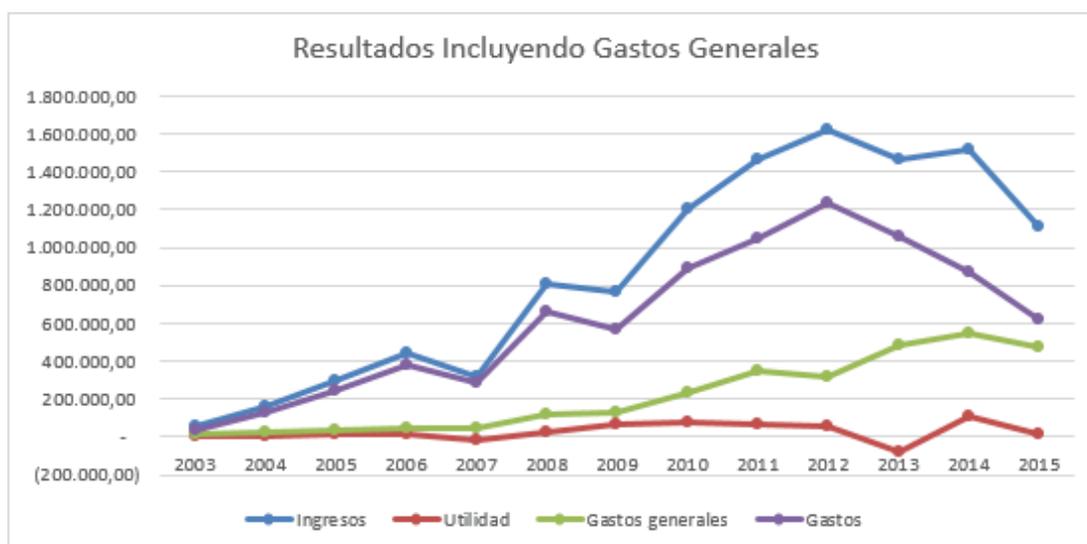
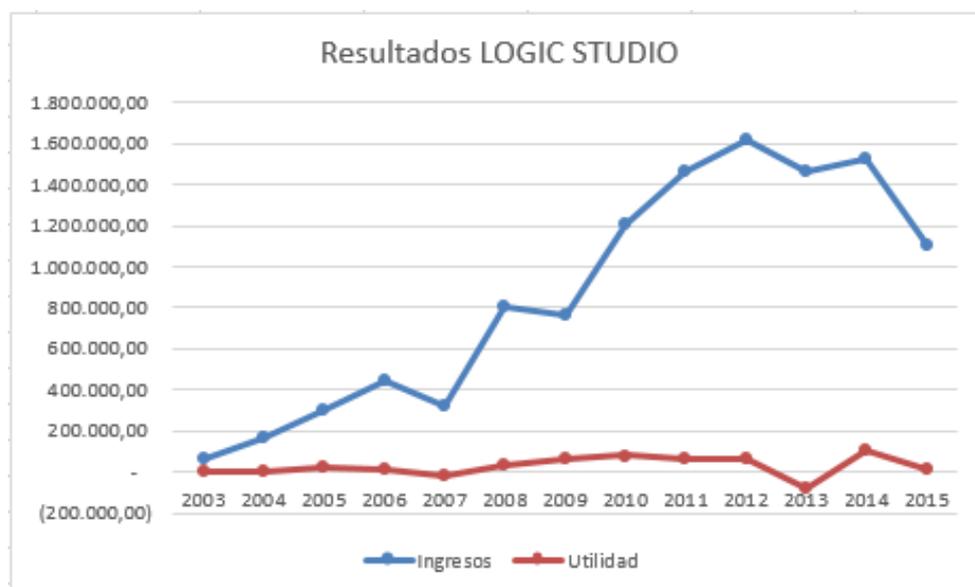
5. CUMPLIMIENTO DE DISPOSICIONES DE LA JUNTA GENERAL Y EL DIRECTORIO

Se cumplieron a cabalidad todas las disposiciones emitidas por la Junta General y el Directorio.

6. HECHOS EXTRAORDINARIOS PRODUCIDOS DURANTE EL EJERCICIO, EN LOS AMBITOS ADMINISTRATIVO, LABORAL Y LEGAL

Es importante mencionar que la situación del mercado local en el 2015 y lo que será el 2016 representan para LOGIC STUDIO S.A., un importante reto tanto en el ámbito financiero como comercial.

El presente cuadro resume el comportamiento de ingresos y utilidad de estos once años.



7. SITUACION FINANCIERA Y RESULTADOS ANUALES

En términos generales, LOGIC STUDIO S.A. concluyó el año 2015 con una utilidad de \$ 14.738,47 que representa un 1% frente a los ingresos obtenidos, esto lleva obligatoriamente, en el 2016, a seguir una estrategia pormenorizada de la rentabilidad de cada proyecto a fin de incrementar el nivel de rentabilidad y liquidez de la compañía y cumplir con los objetivos propuestos para el nuevo período.

A continuación se resumen los principales indicadores de la actividad económica de Logic Studio S.A., durante el ejercicio del 2015 y su comparación con dos períodos anteriores:

Datos a diciembre del 2015

Concepto	2015	2014	2013
Ingresos	1.106.027	1.520.365,68	1.461.183,51
Gastos (Operativos, Administrativos, Ventas, Generales)	1.091.289	1.413.194	1.537.958,33
Utilidad antes de Impuestos	14.738,47	107.171,31	-76.774,82
Utilidad Neta (2014 dato aproximado)	10.316,93	77.485,95	-76.774,82
Total Activos	369.715,42	508.643,72	412.286,90
Total Pasivos	97.231,55	325.842,75	334.819,30
Patrimonio Neto	258.640,87	182.800,97	77.467,60
Liquidez corriente	1,41	1,38	1,04
Índice de Solvencia	3,80	1,56	1,23
Índice de Solidez	0,26	0,64	0,81
Margen Bruto de Utilidades	1,33%	7,05%	-5,25%
Margen Neto de Utilidades	0,93%	5,10%	-5,25%
Rendimiento Activo Totales			
Retorno sobre Activos	2,79%	15,23%	-18,62%
Rendimiento de Capital			
Retorno sobre el Capital	3,99%	42,39%	-99,11%

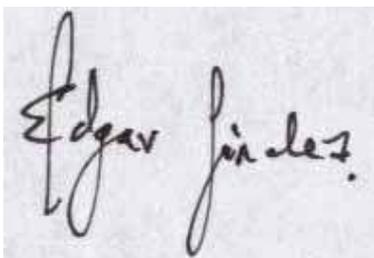
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA EL PERIODO 2016

- ✓ El año 2015 si bien permitió consolidar estructuralmente a la compañía en áreas como Consultoría y Ventas, lo cual aportó para la generación de un saldo positivo al final del ejercicio; los niveles de rentabilidad esperados no fueron logrados; sin contar con la problemática a nivel país, que durante el 2016 será más aguda.
- ✓ La estrategia para el 2016 debe fortalecer un posicionamiento de marca en ámbitos de diferenciación importante para la empresa; y en la colocación de servicios fuera del país. Considerando, sobre todo, el cierre de facturaciones recurrentes importantes, como es el caso de Produbanco.
- ✓ Las líneas de Inteligencia de Negocios y Análisis Predictivo deben marcar la diferencia en relación a la competencia y necesidades del mercado.
- ✓ Si bien el mercado local sobre todo, no está del todo preparado para estas líneas, sobre todo la de análisis predictivo, es menester posicionar la marca LOGIC STUDIO para estar prestos a atender los requerimientos cuando estos se presenten.

- ✓ Los gastos generales tienen una afectación directa en la rentabilidad de los proyectos, es así que es necesario buscar mecanismos financieros y operativos para reducir al máximo este tipo de gastos, sea desde el punto de vista de carga operativa así como incrementando el porcentaje de ocupación de los recursos disponibles en la compañía.
- ✓ Los productos o servicios en modalidad software as a service requieren de un importante nivel de ventas, la masificación de estos productos es lo que puede garantizar un punto de equilibrio logable, además de que se necesita una fuerza o recursos de ventas enfocados en este tema para lograr los números que pueden rentabilizar estas líneas de negocio. En ese sentido LOGIC STUDIO debe analizar adecuadamente emprender en la entrega de este tipo de servicios.
- ✓ La inversión en PayPhone se espera recuperar en un mediano plazo, el 2016, al igual que fue el 2015 se espera sea un año donde se reporte pérdida en la operación de Payphone. Se espera empezar a registrar saldos positivos a finales del 2017, según la planificación, determinada por los directivos de Payphone, por lo tanto, es necesario mantener la información sobre los movimientos que genere esta inversión ya que esto generará una afectación directa al ejercicio financiero del 2016 para LOGIC STUDIO.
- ✓ Es necesario incorporar de manera permanente en la empresa una línea de generación de demanda a través de Telemercadeo, no solo para la línea de capacitación sino para todas las líneas de negocio de LOGIC STUDIO.
- ✓ El 2016 se presenta como un año de muchos retos, la situación económica del país, la gran cantidad de competidores que nos llevan a participar en un mercado de precios y no de calidad, los recortes presupuestarios en los sectores públicos y privados, son algunos factores que nos llevan a replantear nuestras fortalezas y encontrar los mecanismos más innovadores para seguir ofreciendo servicios agregadores de valor a nuestros clientes sin descender en los niveles de calidad al mismo tiempo que logramos cumplir las metas de nuestros socios y colaboradores.

Apreciamos el apoyo continuo de nuestros accionistas y esperamos que este informe demuestre que perseguimos estrategias diseñadas para recompensarlos en el corto y largo plazo. El presente informe lo pongo a consideración de la Junta General de Accionistas, en la sesión ordinaria a llevarse a cabo de acuerdo con la ley.

Muy atentamente,



Edgar Sánchez G.
Gerente General
LOGIC STUDIO S.A.