EXPO NACIONAL FERRETERA



Semana de la Construcción

Junio 2021

Sintec CONSULTING

Outperform the Future



OBJETIVO

Presentar algunos **datos duros de la industria de la construcción** y cómo directa o indirectamente esto **ha impactado al sector ferretero** con las herramientas, al mismo tiempo que identificamos algunas **tendencias desarrolladas a través de la pandemia del COVID-19.**



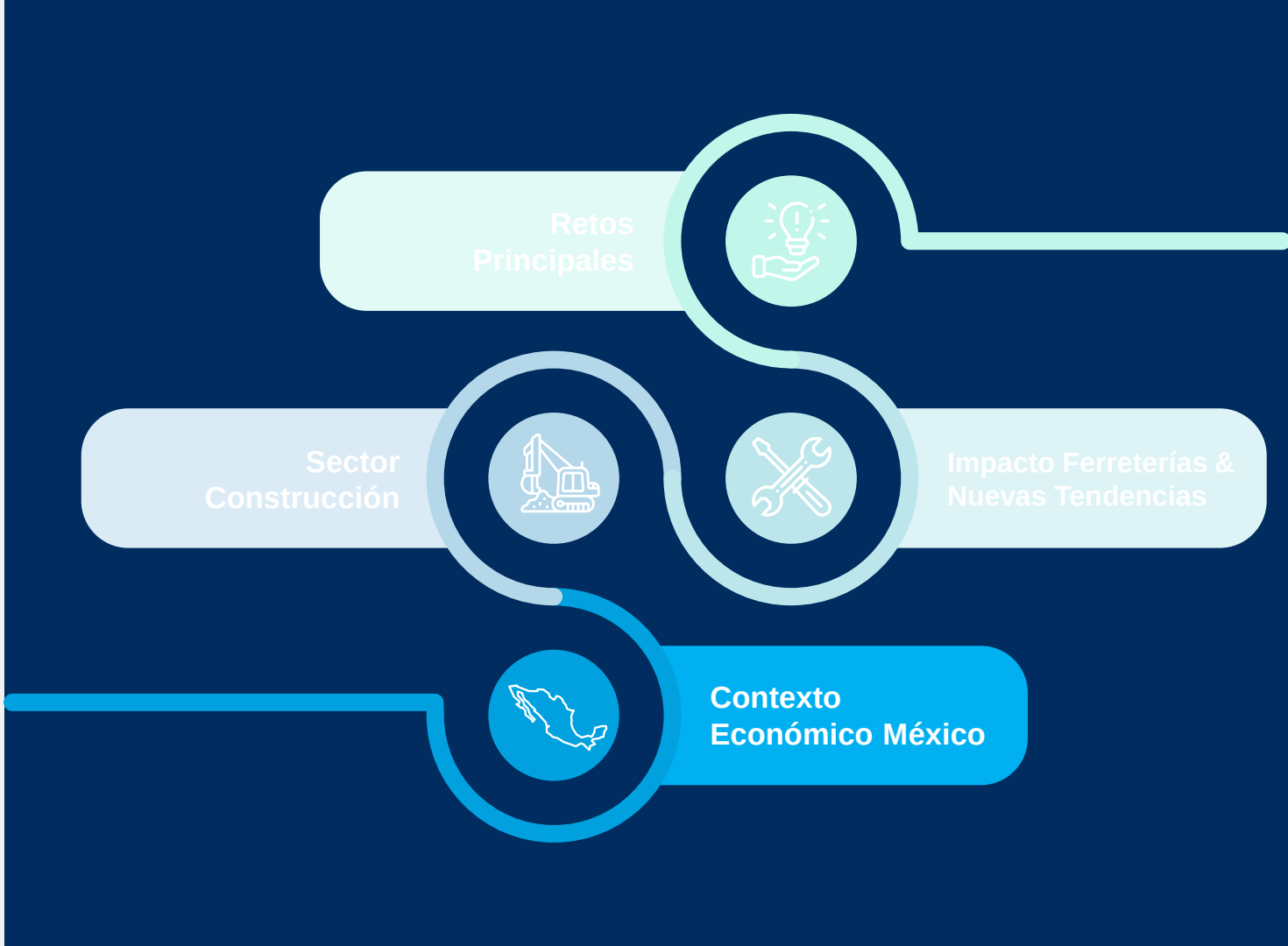
Sintec CONSULTING

agenda



Sintec CONSULTING

agenda



Se espera que, para finales del 2021, el PIB mexicano haya crecido 5.46% con respecto al 2020. Aun así, México recuperará sus niveles prepandemia hasta el 2023.

Es una recuperación impulsada principalmente por la **"v" de industrias esenciales como el consumo y la manufactura**, que a diciembre del 2020 se encontraban en un promedio de -1% debajo de sus niveles prepandemia.

Se espera una mayor actividad en México ante la **expectativa de una reapertura total** y vuelta a la normalidad en USA (*Reapertura de frontera: 21 de junio, 2021)*



Gráfico 1 - Pronóstico del producto interno bruto de México [FM1] al 2025. (fuente: análisis Sintec)

Tras el rebote del 2021, se espera un crecimiento desacelerado de la economía cercano al 1% hacia el 2025

Reactivación Económica Mexicana

Esto se ve explicado por la debilidad del mercado interno, la incertidumbre política e incertidumbre en el Estado de derecho que protege las inversiones, tal como en el sector energético.

Se estima que el T-MEC y la pandemia impulsen el **fenómeno de nearsourcing en México** para que las empresas ubiquen sus cadenas productivas más cerca de Estados Unidos.

Tabla 1 - Proyección del crecimiento del PIB trimestral en 2021

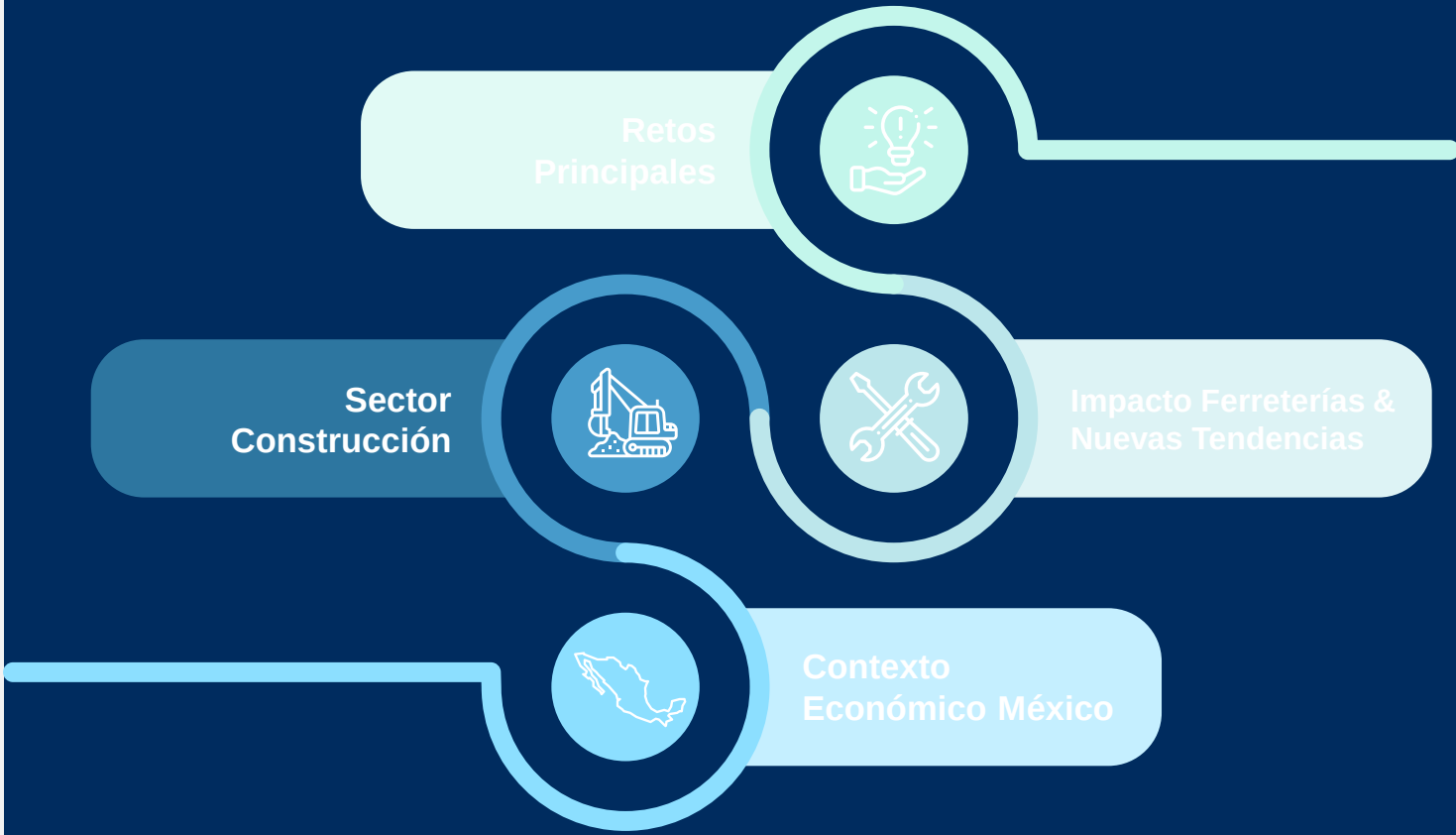
	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021
Variación anual del PIB con respecto a mismo trimestre de 2020	-2.26%	18.97%	5.46%	1.9%
Variación trimestral del PIB	-2.44%	1.59%	-0.87%	3.72%

Tabla 2 - Proyección del crecimiento del PIB anual al 2025

	2020	2021F	2022F	2023F	2024F	2025F
Variación anual del PIB	-8.2%	5.46%	3.06%	1.1%	1.02%	1.25%
PIB mayor a niveles prepandemia	No	No	No	Sí	Sí	Sí

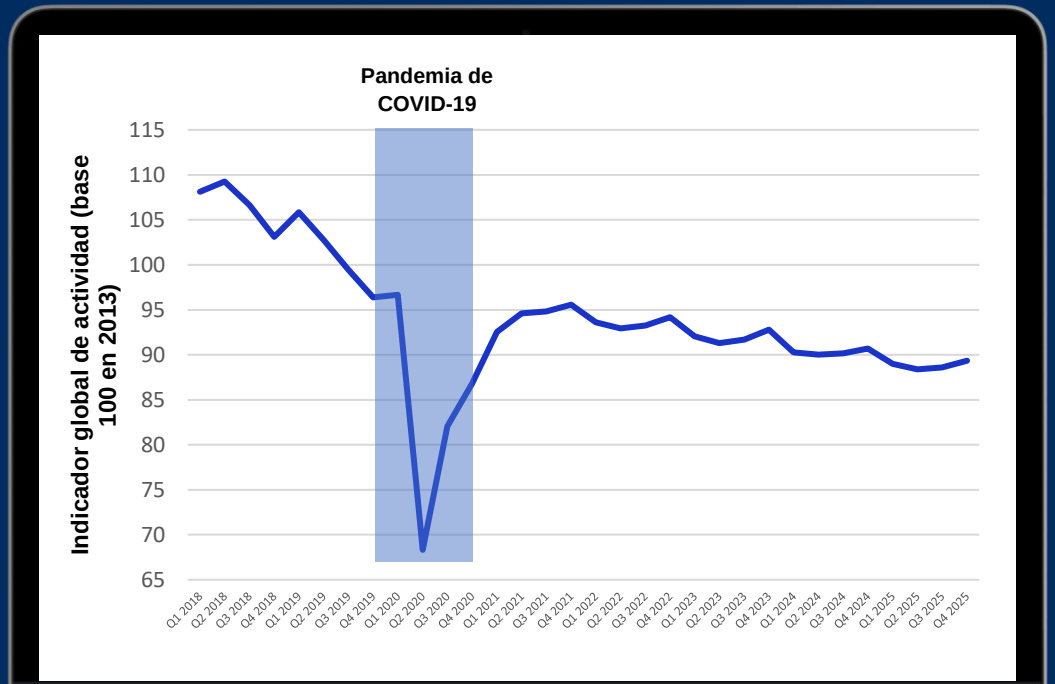
Sintec CONSULTING

agenda



Se espera que para diciembre del 2021, la actividad de la industria de construcción se encuentre un 12.2% arriba en comparación al mismo periodo del 2020.

Gráfico 2 - Pronóstico del índice global de la actividad económica en la industria de construcción (Índice base 2013=100) (fuente: análisis Sintec)



La industria de la construcción presenta una fuerte recuperación

Se espera que a partir de 2022 recupere la tendencia negativa que venía presentando desde tiempos previos a la pandemia, pero de forma menos acelerada

Tabla 3 - Proyección del crecimiento de ingresos de la industria de la construcción

	2021F	2022F	2023F	2024F	2025F
Variación anual con respecto a diciembre del año anterior	12.2%	-1.22%	-1.25%	-2.84%	-1.28%

Los ingresos en la industria de la construcción se recuperaron de forma importante en el último semestre del 2020 debido a un incremento en la actividad en el subsector de la edificación

Las obras de ingeniería civil y trabajos especializados para la construcción se recuperan lentamente.

La actividad de la industria de la construcción ya marcaba una tendencia hacia la baja desde antes de la llegada del COVID. Tras la recuperación del COVID, **se asume un retorno a una tendencia negativa de crecimiento para los próximos años**.

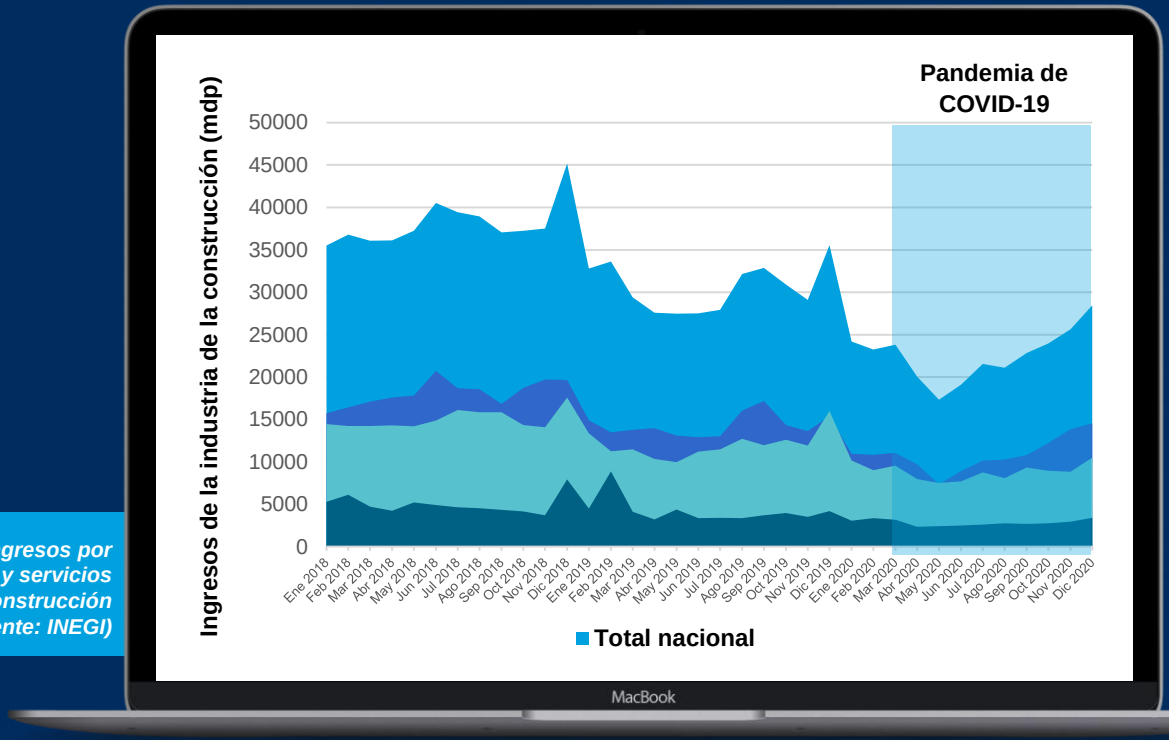
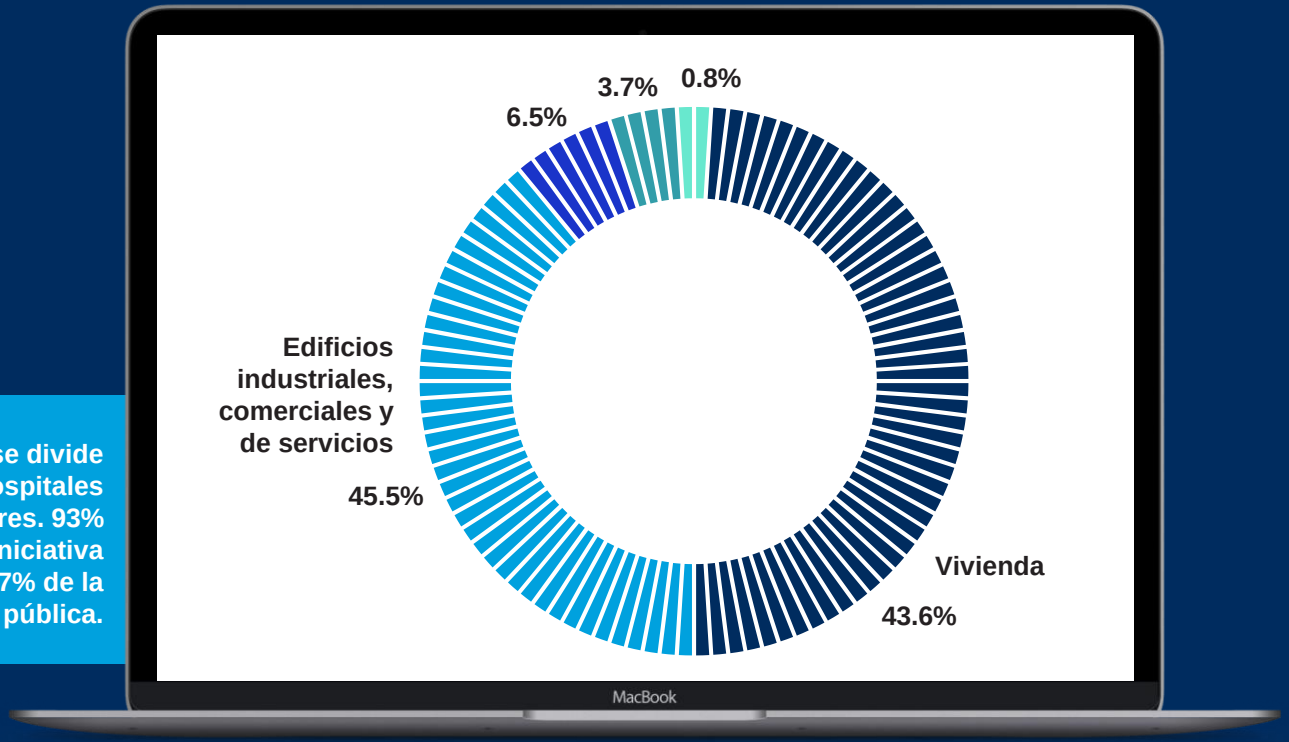


Gráfico 3 - Ingresos por suministros de bienes y servicios en la industria de la construcción (mdp) (fuente: INEGI)

La vivienda y los edificios industriales y comerciales representan el 89.1% de la producción de la industria de la construcción en México

El 11% restante se divide entre escuelas, hospitales y obras auxiliares. 93% provienen de la iniciativa privada y el 7% de la iniciativa pública.

Gráfico 4 – Valor absoluto de la producción por tipo de obra (fuente: INEGI)



Se espera que, para finales del 2021, el PIB mexicano haya crecido 5.46% con respecto al 2020. Aun así, México recuperará sus niveles prepandemia hasta el 2023.

A diciembre del 2020, los estados que más crecieron en el año al cierre del año fueron:

- Oaxaca (+328 %)
- Sinaloa (+64 %)
- Tabasco (+61 %)
- Guerrero (+55 %)
- Guanajuato (+27 %)

Los que más cayeron en la industria fueron:

- Hidalgo (-67%)
- Morelos (-64%)
- Colima (-62%)
- Tamaulipas (-62 %)
- Veracruz (-54 %)

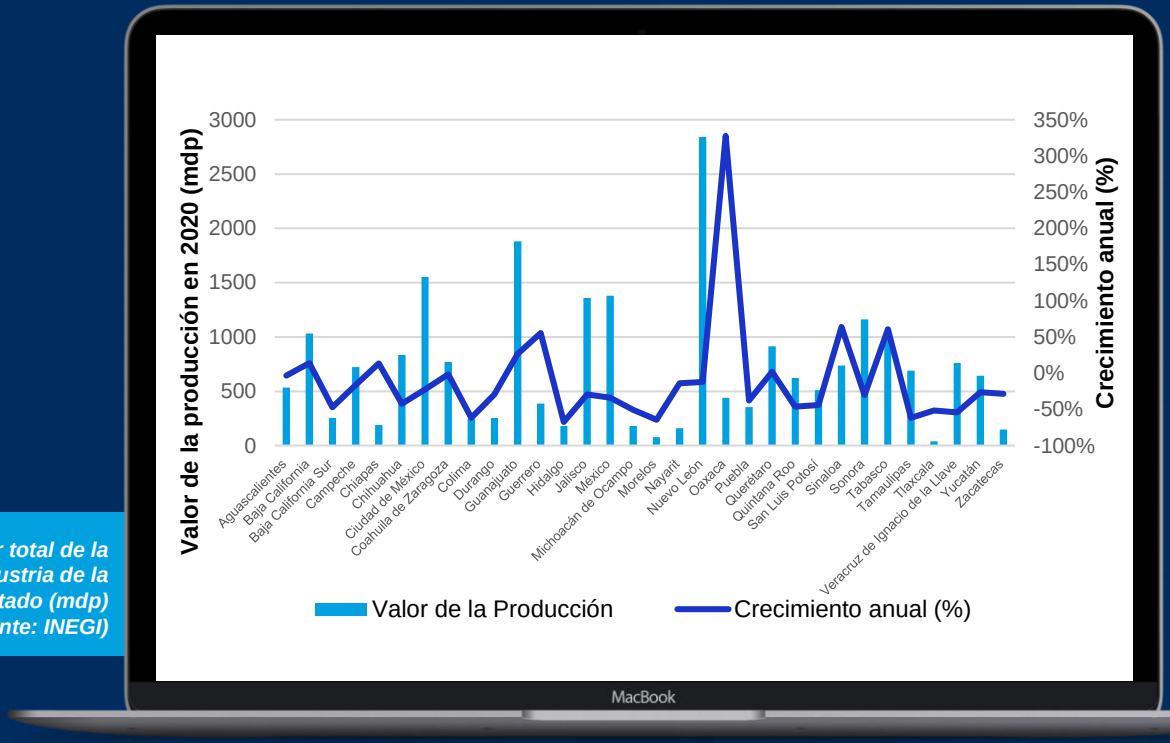


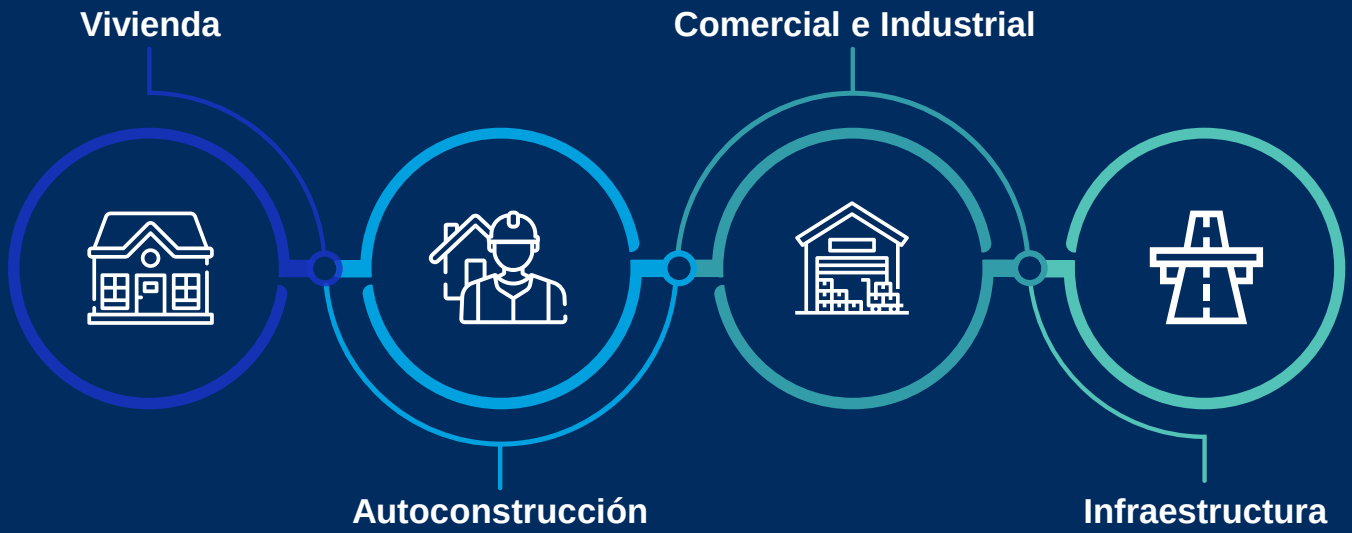
Gráfico 5-Valor total de la producción de la industria de la construcción por estado (mdp) (fuente: INEGI)

La recuperación de la industria de la construcción se basa en 4 principales vertientes, cobrando mayor relevancia la autoconstrucción y bricolaje:

Panorama General

Sectores Analizados

- El mercado de la construcción basará su reactivación en **estímulos económicos orientados a la vivienda y a la autoconstrucción.**
- **El e-commerce y tendencias logísticas** relacionadas impactarán positivamente en la construcción de instalaciones industriales.
- La construcción y mantenimiento de carreteras impactarán de forma positiva a la demanda de materiales de construcción.



La reactivación económica tendrá impacto en el sector inomobiliario en forma de estímulos económicos para la construcción y remodelación de viviendas.



VIVIENDA

Contexto

- Se espera que para el cierre del 2021 la **construcción inmobiliaria tenga un incremento de 14.4%** respecto al 2020. [1]
- Se espera que durante todo el 2021 se presente una **alta demanda de vivienda** resultado de la recuperación económica y la **baja tasa de interés actual del 4%.** [2]

Impacto

- Este 2021 la Sociedad Hipotecaria Federal colocó **6,000 mdp para aumentar apoyos en materia de vivienda**. [4]
- Estados como **CDMX, Jalisco, Puebla y Querétaro han presentado un crecimiento** gracias a la colocación de créditos para vivienda por parte de Fovissste, Infonavit y la Banca.[1]



AUTO CONSTRUCCIÓN (AC)

Contexto

- El aislamiento despertó interés en implementar mejoras en los hogares.
- Para el cierre del 2020, cerca de un **40% de la población realizó alguna mejora a su hogar.**[11]
- En mercados como el norteamericano, negocios relacionados a la ferretería y plomería , **aumentaron sus ventas e inventarios en casi un 20%** respecto a marzo 2020.[9]

Impacto

- El sector de **Mejoras para el Hogar presentó un crecimiento del 16.31%** en el Q1 del 2021 [10]
- A partir de enero 2021, el programa "**ConstruYes**" forma parte de las opciones de financiamiento de FOVISSSTE, **otorgando financiamientos de hasta 1.1 mdp y tasas de interés de entre 4% - 6%**.[3]

El crecimiento del e-commerce durante el 2020 aumentará la demanda de naves industriales en un 10% durante el 2021.

COMERCIAL E INDUSTRIAL

Contexto

- **El activo industrial** sigue siendo de los sectores más resilientes durante la crisis. **Presenta indicadores estables y atractivos**, además de tasas de disponibilidad sanas.
- Al cierre del 2020**, el comercio en línea presentó un crecimiento de un 150%** (respecto al 2T 2019).[5]

Impacto

- El activo industrial cerró el primer trimestre del 2021 con una **ocupación del 96%**. [5] [14]
- Resultado del crecimiento del e-commerce durante el 2020, **la demanda de naves idnustriales y bodegas aumentará casi 10% en términos brutos durante el 2021.**
- Las **minibodegas** en zonas urbanas están tomando especial relevancia para industrias como la ferretera.[6]

INFRAESTRUCTURA

Contexto

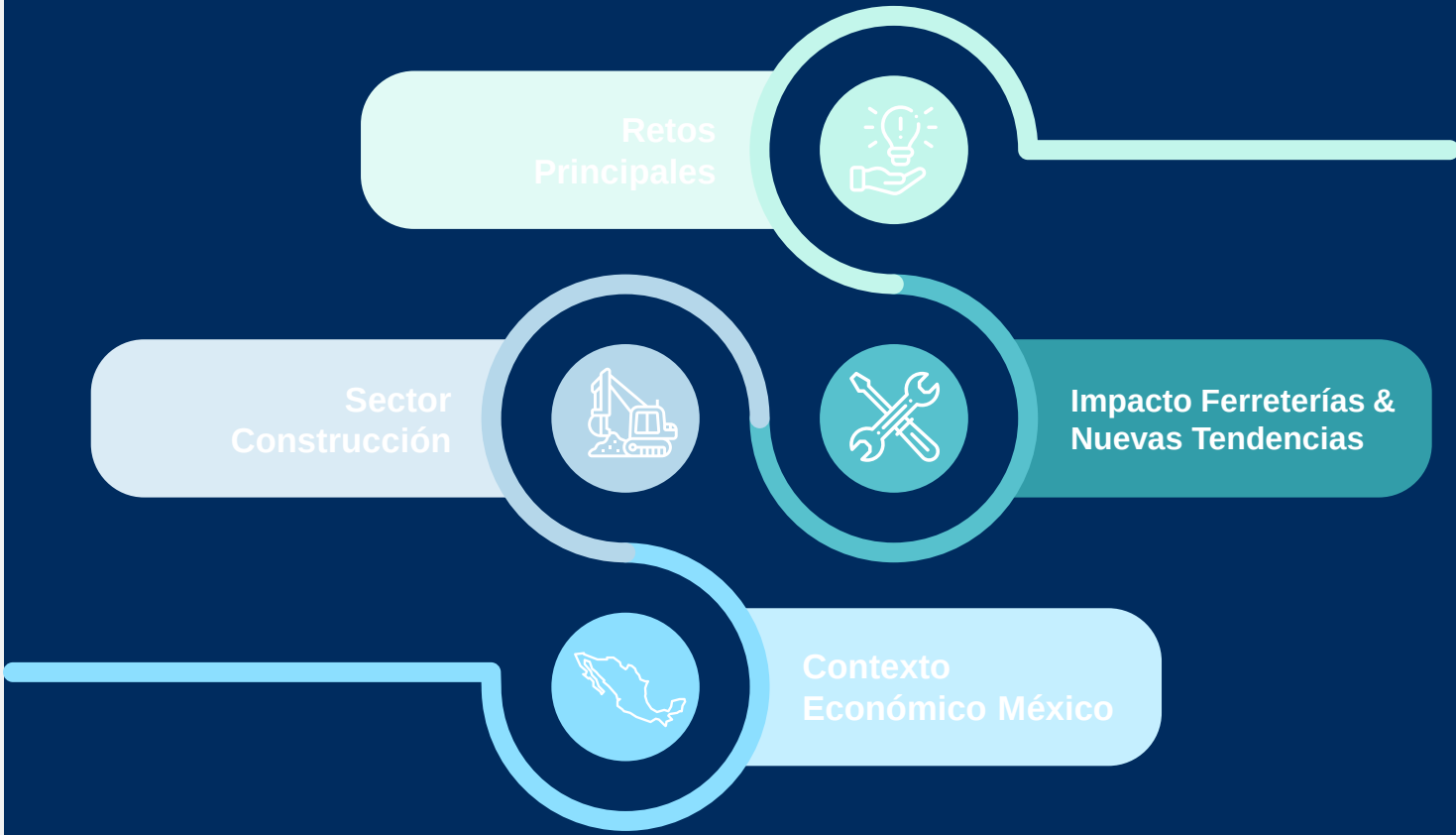
- Especialistas aseguran que una estrategia viable para la recuperación económica sería **incrementar las concesiones de carreteras.** [7]
- Para el 2021, la inversión privada estimada para la construcción y mantenimiento de carreteras se mantiene constante respecto al ejercicio del 2020.[8]

Impacto

- **Entre el inicio del 2020 y el primer semestre del 2021 se han anunciado 19 proyectos** relacionados con la construcción y mantenimiento de carreteras; **cerca del 20% se encuentran en etapa de ejecución.** El resto se encuentran en etapa de Licitación y Preinversión.
- **Nuevo León, Quintana Roo, Baja California Sur y Estado de México** son algunos de los estados que estarán albergando estas obras públicas. **.**[13]

Sintec CONSULTING

agenda



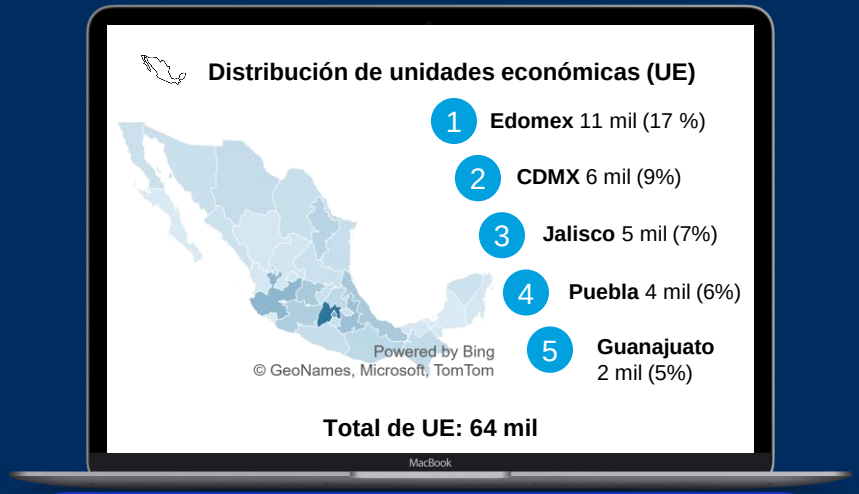
Fuente: INEGI, Statista

Las ferreterías constituyen un mercado pulverizado con +85 mil unidades a lo largo del país, 90% de las cuales son establecimientos independientes. Se estima que la industria crecerá a un ritmo de 4% hacia 2024, a mejor ritmo que el PIB nacional (~2%).

**Subrama SCIAN: 4671-Comercio al por menor de artículos de ferretería, tlapalería y vidrios*

Tamaño del mercado en México
336 mil mdp

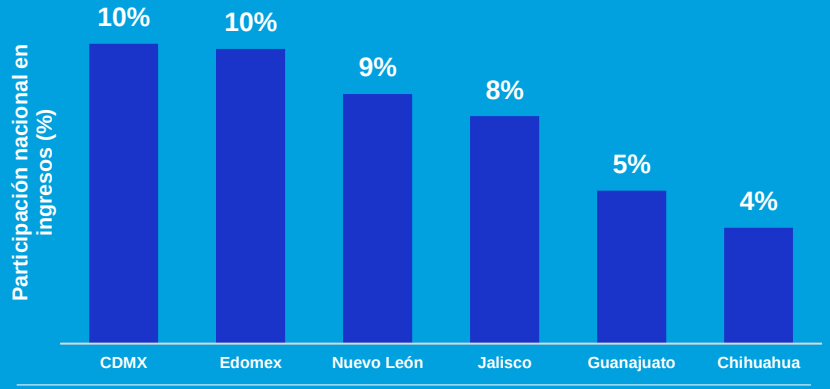
CAGR 2020 – 2024:
4.0%



- 5% de PyMEs en México son ferreterías (quinto lugar en representatividad).
- 96% de unidades económicas tienen 10 empleados o menos.
- 5% de establecimientos pertenecen a cadenas de al menos dos unidades económicas. El 95% son establecimientos independientes.
- A nivel nacional hay 20 unidades económicas con más de 250 empleados, que concentran apenas el 3 % de los ingresos. Esto resalta cuán pulverizado está el mercado.

POTENCIAL DE MERCADOS

6 estados concentran el 50% de los ingresos nacionales del mercado ferretero



Estados con mayor crecimiento en ingresos (2013-2018)



23% Baja California

21% Chihuahua

19% Querétaro

18% Zacatecas

EXPO NACIONAL FERRETERA

EXISTEN 4 TIPOS DE FERRETERÍAS EN MÉXICO:

EXPO NACIONAL FERRETERA

	MAYORISTA FERRETERO	TRADICIONAL	RESIDENCIAL	MATERIALISTA
	• Servicios como **entrega a domicilio** y **venta en línea** • Enfoque mixto: **cliente doméstico** y **cliente oficio/autoconstrucción** • Intensivo en cantidad de personal	• Portafolio enfocado en **materiales de construcción** • **Piso de venta** y almacenaje reducido, si lo hay • Administración similar **a la de una bodega de venta**	• Cuenta **con un inventario** • Servicios **como entrega a domicilio**. • Enfoque **sector doméstico** • El portafolio enfocado en **productos de Ferretería** • **Personal reducido** dedicado a piso de venta	• **Ofrece servicios de valor agregado (**entrega a domicilio, capacitación, instalación, etc.) • Enfoque: **sector de oficio** • Portafolio de **productos Materialistas**
Patio de maniobra	**20 m2**	—	—	**55 m2**
Rango de almacén	**De 10 a 50m2**	**De 0 a 20m2**	**De 0 a 20m2**	**De 0 a 40m2**
Categorías/Portafolio	**248**	**50**	**80**	**96**
Volumen de ventas	**200k- 1.5M**	**100k- 400k**	**100k- 450k**	**100k- 600k**

El sector de la ferretería prosperará durante y después de la pandemia. El aislamiento obligó a los mexicanos a estar más tiempo en sus casas, despertando el interés en implementar mejoras a sus hogares

Durante la pandemia, los ingresos de la industria cayeron 8%. Esto que interrumpió un crecimiento anual del 5% prepandemia.

Fue declarada industria esencial contra la COVID-2019 en países como México, Estados Unidos y la Unión Europea.

6 de cada 10 estadounidenses iniciaron un proyecto DIY durante los primeros 5 meses del 2021. 4 de cada 10 as iniciaron estos proyectos por razones relacionadas al COVID-19.1

Crecimiento Esperado

Se estima que el mercado de Mejoras del Hogar a nivel mundial llegue a los **13.6 mdd para el 2024, creciendo a 4% anualmente hacia 2027**.

Modificaciones en el Hogar

Al cierre del 2020, el 40% de la población realizó alguna modificación en el hogar[1]

Fuentes: Milenio, Statista, Concanaco

The Home Depot Inc. presentó al cierre del 2020 un incremento en sus ventas cercano al 20% en comparación al 2019.[2 3]

Productos más vendidos de abril a mayo 2020

- **+44.6%** herrajes para puertas y ventanas
- **+21.2%** martillos
- **+8.2%** tuberías PVC
- **+7.7%** pintura
- **+3.8%** conexiones PVC

Impacto del COVID-19 en el mercado ferretero

Fue declarada industria esencial contra la COVID-2019 en países como México, Estados Unidos y la Unión Europea.

6 de cada 10 personas en Estados Unidos han iniciado un proyecto DIY durante los primeros 5 meses del 2021. 4 de cada 10 personas iniciaron estos proyectos por razones relacionadas al COVID-19.[1]

Como consecuencia de la pandemia por COVID-19, los ingresos de la industria ferretera presentaron **una disminución del 8%. Esto** que interrumpió **un crecimiento anual del 5% prepandemia**.

** Porcentaje de encuestados en un estudio aplicado en Estados Unidos*

Fuentes: INEI, The Farnsworth Group, Home Improvement Research Institute, Google, Newsday, Grupo Reforma

Ciertos elementos de la naturaleza del negocio de ferreterías han cambiado con el impacto de la pandemia del COVID-19 destacando las siguientes tres:



01 Preferencias del Consumidor

El consumidor aprovechó el confinamiento para efectuar **proyectos de mejora en interiores, jardín, electricidad**, entre otros. Una gran oportunidad tanto en México como en el mundo para el consumo minorista.



02 Rediseño de la Estrategia de Canal

La adopción y **crecimiento del e-commerce** ha demandado al mercado ferretero que, en México depende enormemente de Mipymes con bajos niveles de digitalización, replantee su estrategia de canal.



03 Tendencias en Construcción

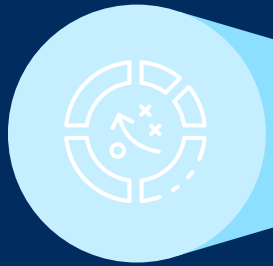
La necesidad de espacios más higiénicos y seguros para la salud demandará **cambios en la dinámica del diseño de los edificios** en el futuro

Ciertos elementos de la naturaleza del negocio de ferreterías han cambiado con el impacto de la pandemia del COVID-19 destacando las siguientes tres:



01 Preferencias del Consumidor

El consumidor aprovechó el confinamiento para efectuar **proyectos de mejora en interiores, jardín, electricidad**, entre otros. Una gran oportunidad tanto en México como en el mundo para el consumo minorista.



02 Rediseño de la Estrategia de Canal

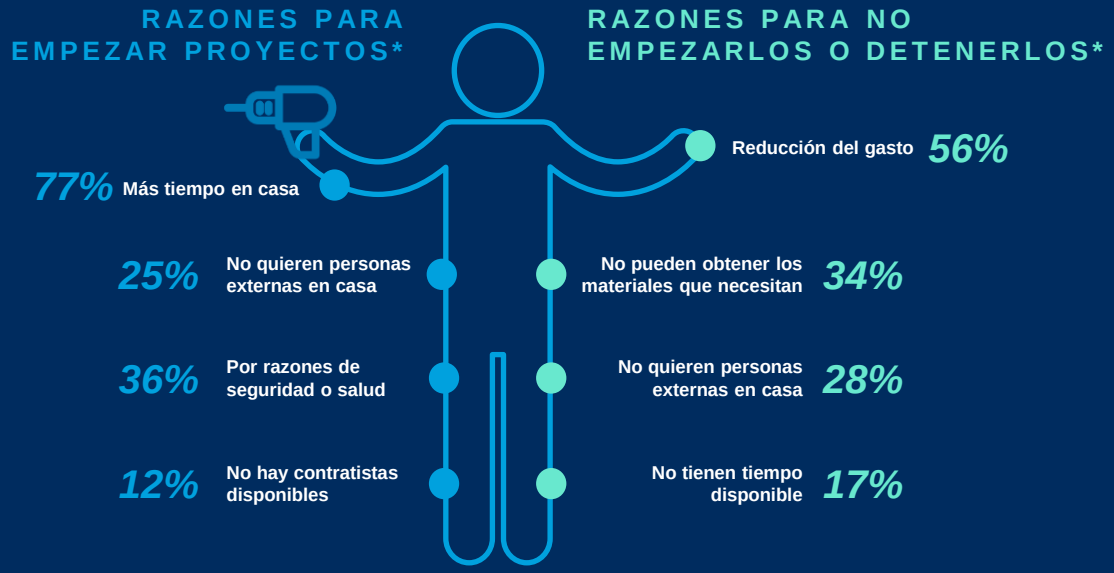
La adopción y **crecimiento del e-commerce** ha demandado al mercado ferretero que, en México depende enormemente de Mipymes con bajos niveles de digitalización, replantee su estrategia de canal.



03 Tendencias en Construcción

La necesidad de espacios más higiénicos y seguros para la salud demandará **cambios en la dinámica del diseño de los edificios** en el futuro

La industria de ferretería ha tenido grandes oportunidades durante la pandemia con un alza en tendencias de bricolaje y proyectos residenciales



Planean continuar implementando proyectos en distintos niveles*:

Alto (30-60%)
- Pintura
- Jardín
- Mantenimiento de interiores

Mediano (10-30%)
- Iluminación/eléctrico
- Pisos
- Gabinetes

Bajo (0-10%)
- Puertas y ventanas
- Plomería
- Estanterías

** Porcentaje de encuestados en un estudio aplicado en Estados Unidos*

Fuentes: The Farnsworth Group, Home Improvement Research Institute, Google, Newsday, Grupo Reforma

Ciertos elementos de la naturaleza del negocio de ferreterías han cambiado con el impacto de la pandemia del COVID-19 destacando las siguientes tres:



01 Preferencias del Consumidor

El consumidor aprovechó el confinamiento para efectuar **proyectos de mejora en interiores, jardín, electricidad**, entre otros. Una gran oportunidad tanto en México como en el mundo para el consumo minorista.



02 Rediseño de la Estrategia de Canal

La adopción y **crecimiento del e-commerce** ha demandado al mercado ferretero que, en México depende enormemente de Mipymes con bajos niveles de digitalización, replantee su estrategia de canal.



03 Tendencias en Construcción

La necesidad de espacios más higiénicos y seguros para la salud demandará **cambios en la dinámica del diseño de los edificios** en el futuro

La pandemia de COVID-19 marcó un antes y después en la dinámica de las compras online, que crecieron a doble dígito y dejarán una fiel base de usuarios del e-commerce

Las ventas online en México crecerán 6% anualmente de 2020 a 2025.

AMVO 2021: **el 56% de las personas han realizado compras en línea durante el último mes**, teniendo el riesgo de contagio como principal preocupación.[1]

Resultado de los meses de confinamiento durante el 2020, **las ventas online en México incrementaron en un 81%**.[1]

El sector online se perfila como el canal al que deben enfocarse los esfuerzos comerciales y operativos.

- Las ventas en línea representan un **9% del total canal de menudeo en México.** [3]
- **El 46% de las personas aseguran que continuarán comprando en línea** aún después del confinamiento.[2]
- AMVO: **6 de cada 10 personas** se sienten seguras realizando sus compras en línea.[1]

Los marketplaces han beneficiado las ventas online, pero su uso combinado con una web propia eficiente debe ser analizado.

- **Una tienda web propia más tres marketplaces** ha sido la mejor estrategia durante la pandemia, con tasa de crecimiento de ventas de **73%** (Zentail).
- Aunque sean más económicos para atraer clientes, los marketplaces reducen el **control del posicionamiento de la marca**
- La guerra de precios con otras marcas en marketplaces **reduce los márgenes**.

Para la implementación de canales digitales juegan un rol fundamental:

- Comprensión de necesidades de distintos segmentos de clientes para su oferta y *customer journey*.
- Reforzamiento de capacidades digitales y de analítica.
- Diseño de redes de distribución enfocadas en servir al consumidor final.

Fuentes: Google, Forbes, INEGI , Asociación Mexicana de Venta Online, Expansión, Zentail, Home Improvement Research Institute

Las ferreterías deben impulsar sus capacidades de venta online para mantenerse relevantes ante el crecimiento de las compras para la construcción en este canal. Esto debe soportarse de capacidades logísticas que garanticen el abasto en tiempo y forma

Se pronostica que entre 2021 y 2023, el 30% de las compras de materiales de construcción se hagan online.



En la nueva normalidad, 14% de personas destinarán más recursos en mejorar su hogar.



Antes de la pandemia, las ventas ferreteras online tenían un CAGR de 11.09%. En la pandemia, las aumentaron 10x. Solo 2% tenían capacidades de e-commerce al inicio de la pandemia.

La pandemia aceleró la búsqueda de conveniencia y seguridad, y los consumidores buscarán una **estrategia omnicanal en ferreterías:**



Sistemas de Pedidos Click & Collect



Servicio a Domicilio y Devoluciones



Atención y Asesoría a Distancia



Catálogos e Inventarios Actualizados en Tiempo Real

Un Ferretero Mayorista con entregas a domicilio tiene el potencial de incrementar 7% sus ventas por encima de uno que no cuenta con este servicio

Fuentes: *INEGI, AMVO, DeComunicación, Home Improvement Research Institute, Expansión*

- Líder canadiense de insumos para construcción. Desarrollaron una app móvil, ya que sus clientes son trabajadores en movimiento, con filtrado inteligente, precios personalizados y una experiencia impecable.
- Aumentaron 550% sus ingresos en canal móvil e incrementaron 7% el ticket promedio.

- App gratuita **Patch** (antes 15 USD/h) para asesorar a distancia en reparaciones o mejoras en sus hogares. En la app los clientes describen la situación y pueden subir fotos y videos, recibiendo atención personalizada con instrucciones y listas de materiales.

Información confidencial: Esta información fue preparada por Sintec para uso del cliente. Está prohibido compartirla con cualquier tercera parte sin el permiso previo por escrito de Sintec.

Pese al crecimiento del canal online, el canal físico continúa siendo el dominante en 70% de las compras. Sin embargo, los puntos de venta físicos deben evolucionar de la mano de la tecnología

EL CONSUMIDOR DE LA TIENDA FÍSICA



- Durante la pandemia, 70% de compras en grandes tiendas en México han sido realizadas en el canal físico.
- **Quiere probar el producto antes de comprarlo**, en un entorno que le proporcione inspiración y una experiencia personalizada
- Quiere menos tiempo dentro de una tienda. **Acude a comprar a la tienda con una investigación previa** y quiere que las dudas en el sitio sean resueltas rápidamente.
- Quiere gratificación instantánea. Si no encuentra el producto que busca, se irá a otra el 70% de las ocasiones.

40% mexicanos durante la pandemia consideraron las tiendas físicas como espacios seguros para realizar compras.

Cada metro cuadrado adicional de infraestructura en mayoristas ferreteros puede significar hasta un incremento de 2.5% en venta.

LAS NUEVAS FERRETERÍAS FÍSICAS: de la mano de la TECNOLOGÍA

- **Material publicitario que incrementa visibilidad de negocio, especialmente en canal tradicional y mayorista**
- **Muestras de producto**
- **Exhibidores digitales que permitan conocer la oferta completa de la cadena, reducir amontonamiento y facilitar compra**
- **Elementos visuales que resuelvan dudas comunes**
- **Apps internas que conecten con expertos y con existencias en almacenes**

- Minorista de pinturas, que impulsó en tiendas físicas la app Color Discovery, que consiste en un chatbot habilitado por IA que reduce miles de opciones para el cliente a solo tres, lo que facilita su tarea de compra.
- Incrementaron en 9% el tráfico a sus tiendas físicas, lo que se traduce en mayores ventas.

- Abrió tiendas de 3,500 m^2 en NY, sustituyendo la necesidad de espacio por pantallas que muestran productos. Incorporan mesas de asesores experto.
- Estudió por 18 meses el estilo de vida neoyorquino, por lo que ofrece productos ad hoc, como productos plegables para transportarlos en el metro, muebles y pisos para departamentos pequeños, máquinas de autoservicio para copiar llaves, entre otros.

Información confidencial: Esta información fue preparada por Sintec para uso del cliente. Está prohibido compartirla con cualquier tercera parte sin el permiso previo por escrito de Sintec.

Ciertos elementos de la naturaleza del negocio de ferreterías han cambiado con el impacto de la pandemia del COVID-19 destacando las siguientes tres:



01 Preferencias del Consumidor

El consumidor aprovechó el confinamiento para efectuar **proyectos de mejora en interiores, jardín, electricidad**, entre otros. Una gran oportunidad tanto en México como en el mundo para el consumo minorista.



02 Rediseño de la Estrategia de Canal

La adopción y **crecimiento del e-commerce** ha demandado al mercado ferretero que, en México depende enormemente de Mipymes con bajos niveles de digitalización, replantee su estrategia de canal.



03 Tendencias en Construcción

La necesidad de espacios más higiénicos y seguros para la salud demandará **cambios en la dinámica del diseño de los edificios** en el futuro

La necesidad de espacios sanitizados abre oportunidades para empresas manufactureras de herramientas y materiales de construcción:

TENDENCIAS EN CONSTRUCCIÓN

Atributos de Construcciones



Hogares adaptados para *home office* y *home schooling*



Oficinas y escuelas con señalamientos



Aeropuertos con señalamientos



Restaurantes y centros comerciales con menor ornamentación

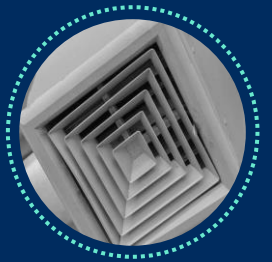
Materiales



Materiales antipatógenos (bronce y cobre)



Superficies sin contacto – sensores, ganchos, control por voz

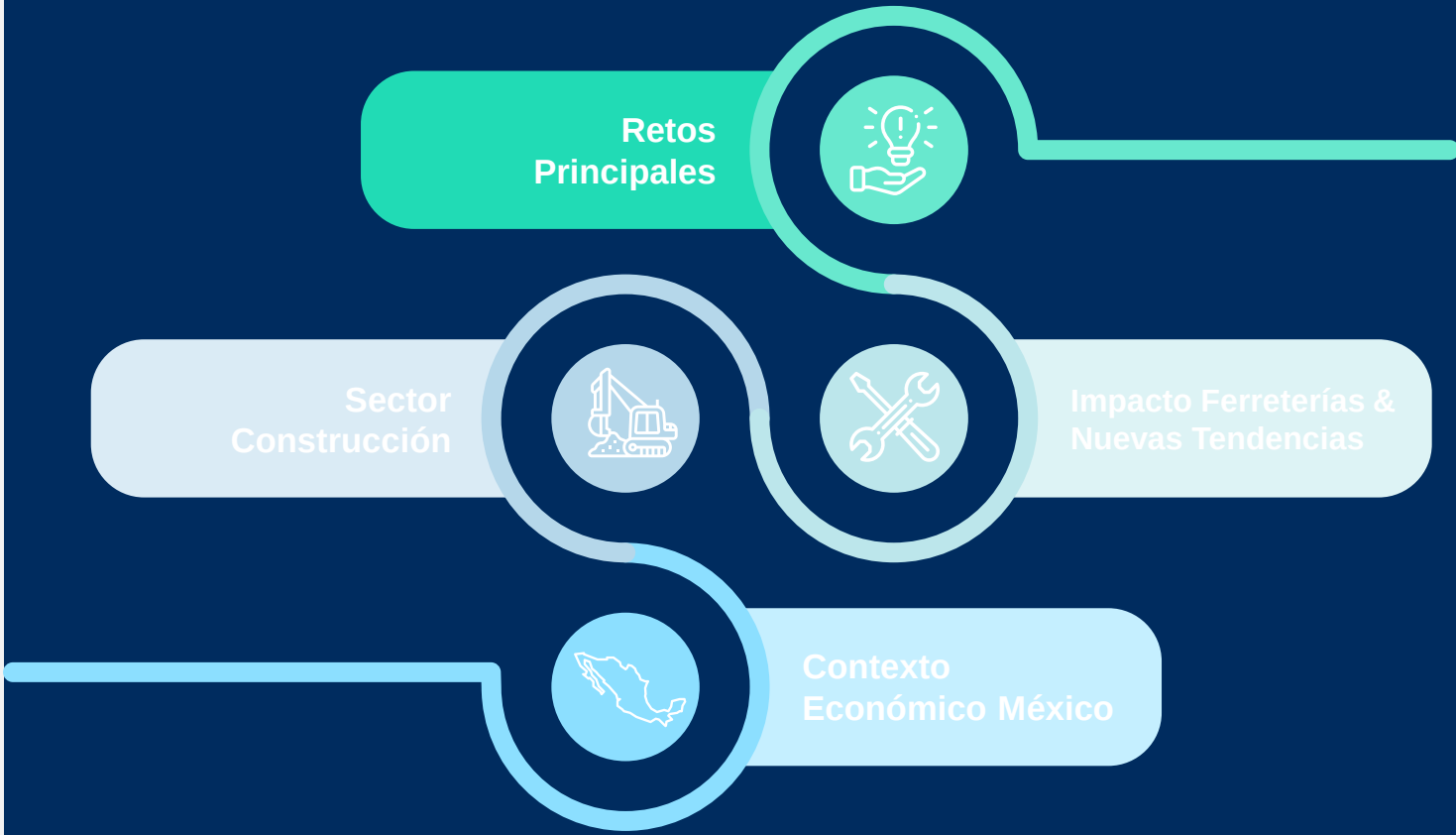


Mejora en los filtros de ventilación en edificios[4]

Fuentes: The Guardian, BBC, Treehugger, World Economic Forum, Architecture Daily, Cushman Wakefield, Commercial Observer, Dezeen

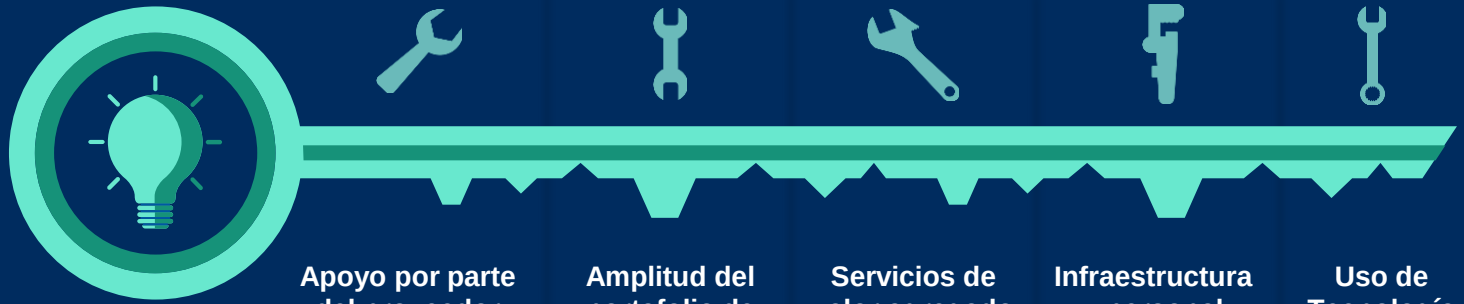
Sintec CONSULTING

agenda



5 LLAVES PARA EL ÉXITO

Sintec Consulting determinó que **existen 5 factores clave que impactan el crecimiento y desarrollo** de una ferretería:



Apoyo por parte del proveedor

Amplitud del portafolio de productos

Servicios de valor agregado

Infraestructura y personal

Uso de Tecnología

Lo anterior se traduce a 4 bloques principales de acción:



- Portal e-commerce
- *Business Analytics/ Big Data*
- Tecnología en punto de venta para clientes y colaboradores
- Habilidades digitales
- Atención remota

- Hipersegmentación
- Experiencia omnicanal
- Habilitadores en punto de venta
- Capacitación de fuerza de ventas
- Optimización de portafolio
- Servicio al cliente posventa

- Cadena de suministro omnicanal
- Logística inversa
- Servicio a domicilio
- Flexibilidad en cadena de suministro (transporte flexible, economía colaborativa)
- Pronóstico de la demanda

- Manejo de flujo de caja
- Eficiencia en costos con seguimiento en tiempo real
- Pricing
- Optimización de inversiones



CIUDAD DE MÉXICO / MONTERREY / BOGOTÁ / SÃO PAULO / SANTIAGO DE CHILE / CENTROAMÉRICA Y CARIBE

www.sintec.com
informes@sintec.com

@Sintec /SintecConsulting @Sintec_ @WeAreSintec