

# Mundo Sinacofi

**RATING DE EMPRESAS**  
*Sinacofi lanza al mercado revolucionario servicio que reúne la clasificación de riesgo de empresas nacionales y bancos extranjeros.*

- **El Consumidor de Hoy: El Cliente es Cada Vez Más Holístico**

Entrevista a Maribel Vidal.

- **Nuevo Servicio Verificación de Defunciones**



Disminución de fraudes por suplantación de identidad de personas fallecidas.



## Central de Riesgos

“Mucho más que Información”



- ScoreMAX
- Rating de Empresas 
- Verificación de Defunciones 
- Biometría
- Actualización de Correspondencia Devuelta
- Malla Societaria
- Evolución de Deuda
- Verificación de Domicilio Particular
- Verificación de Domicilio Laboral
- Registro de Domicilio
- Alerta de Expropiaciones
- Deudores del Sistema Leasing
- Código de Identificación Bancario
- Seguimiento y Control de Cartera
- Morosos Factoring ACHEF
- Detalle de Cartera Factoring ACHEF
- Evolución Cartera Factoring ACHEF
- Detalle de Cartera Factoring ANFAC
- Evolución Cartera Factoring ANFAC
- Consulta de Nombre
- Rutificador de Persona Natural
- Rutificador de Persona Jurídica
- SINACOFI Protestos y Documentos Impagos
- Sistema Consolidado de Morosidad
- Infractores Laborales y Previsionales
- Deudores del Sistema Financiero
- Direcciones Asociadas al RUT
- Directorio de Personas
- Directorio Oficial de Personas
- Protestos en Trámite de Publicación
- Avalúo de Bienes Raíces
- Prendas Sin Desplazamiento
- Consultas Efectuadas al RUT
- Anotaciones Tributarias
- Estado de Cédula de Identidad

### SERVICIO AL CLIENTE

- Marco legal • Preguntas frecuentes
- Formas de conexión



**672 2186**  
**672 9654**

MAC - Mesa de atención a clientes

En esta edición queremos compartir con ustedes una gran noticia, hemos lanzado al mercado dos nuevos servicios: Rating de Empresas, único servicio en el país que reúne la clasificación de riesgo de empresas nacionales y bancos extranjeros, y Verificación de Defunciones, iniciativa que permitirá validar en línea el estado de defunción de una persona, permitiendo disminuir el fraude por suplantación de identidad de personas fallecidas. Ambos servicios son nuevos en la Industria y tenemos el orgullo de ser los primeros en ponerlo a disposición de nuestros clientes.

SINACOFI no se detiene en mejorar continuamente para la mayor satisfacción de sus clientes. Nos complace poder brindar servicios que agreguen valor a la gestión de negocios de quienes hoy han confiado en nosotros, siendo un aliado estratégico para cada cliente. Los invito a profundizar en estos y otros temas que estoy seguro son de su pleno interés.

Un cordial saludo,

Fernando Contardo Díaz-Muñoz  
Gerente General  
SINACOFI



*Fernando Contardo Díaz-Muñoz  
Gerente General  
SINACOFI*

## Rating de Empresas

SINACOFI lanza al mercado revolucionario servicio que reúne la Clasificación de Riesgo de Empresas Nacionales y Bancos Extranjeros

A partir del mes de octubre la Banca contará con el servicio "Rating de Empresas", único en el país con la clasificación de riesgo de todas las empresas nacionales que cuenten con clasificación y de los bancos extranjeros clientes de los bancos adheridos.



**S**INACOFI, en su constante búsqueda por otorgar servicios de alta calidad para el mundo bancario y empresarial diseñó un servicio integrado, que reúne la evaluación que realizan las clasificadoras nacionales y extranjeras a fin de proveer a la Banca de esta información en forma centralizada y oportuna.

### El Servicio

Rating de Empresas permite conocer las clasificaciones de riesgo de empresas nacionales y bancos extranjeros, otorgadas por las principales empresas clasificadoras de riesgo nacionales e internacionales, disponiendo información clave en tres modalidades:

- **Archivo Mensual de Ratings:** Consiste en el envío a los clientes del servicio de un archivo mensual, con las clasificaciones vigentes de las empresas. El archivo contiene la clasificación global de cada empresa (solventía) y la clasificación de cada uno de los instrumentos financieros asociados, otorgado por cada una de las clasificadoras, según se dispongan.

- **Alertas:** Al momento de registrarse un cambio en el rating de una empresa, SINACOFI, con un desfase máximo de un día hábil bancario, enviará al cliente una alerta informando dicho cambio, incluyendo el antiguo y el nuevo rating.
- **Consulta de Rating en Línea:** Próximamente el servicio también se encontrará disponible en línea, a través de [www.sinacofi.cl](http://www.sinacofi.cl), donde el cliente sólo deberá ingresar el RUT de la empresa a consultar, cuando se trate de una empresa nacional, o el código swift, cuando se trate de un banco extranjero, para obtener las clasificaciones vigentes registradas para la empresa y sus instrumentos financieros.

### Ventajas del Servicio

- Permite obtener la clasificación de riesgo de toda su cartera de empresas chilenas y bancos extranjeros incorporados al servicio, en forma periódica y automática.
- Alerta oportuna y automática de los cambios diarios en el rating de empresas, manteniendo informado en

todo momento a los clientes del servicio, con un desfase máximo de un día hábil bancario.

- Permite conocer en línea, de manera rápida y oportuna, los rating vigentes de una empresa o banco en particular.
- Permite reducir los costos y riesgos operacionales asociados al levantamiento de la información individual por cada banco y desde cada clasificadora de riesgos.
- Permite minimizar los tiempos de búsqueda de información y validación de la misma.
- Permite solicitar la incorporación de las clasificaciones de nuevos bancos extranjeros, según lo requieran nuestros clientes (disponible sólo para determinados perfiles de usuario).

## Nuevo Servicio Verificación de Defunciones

Disminución de fraudes por suplantación de identidad de personas fallecidas

*Verificación de Defunciones es un nuevo servicio que SINACOFI lanzará al mercado a partir de octubre. La iniciativa busca determinar, a través de una conexión en línea con el Servicio de Registro Civil e Identificación, si una persona natural registra defunción a ese momento, permitiendo así disminuir eventuales fraudes.*

**E**n una iniciativa conjunta con el Servicio de Registro Civil e Identificación (SRCeI), SINACOFI pone a disposición de sus clientes esta nueva herramienta de Verificación de Defunciones en línea.

### El Servicio

Cuando un banco evalúe otorgar una cuenta corriente, un crédito o entregar algún producto, podrá consultar el Servicio de Verificación de Defunciones para confirmar si la persona registra defunción a esa fecha. Esto es posible gracias a que la institución financiera estará accediendo en línea a la información disponible en el Servicio de Registro Civil e Identificación, a través de una consulta ágil, efectiva y de gran utilidad para el sector.

Este nuevo y único servicio en el mercado, busca apoyar la optimización de los procesos que realizan nuestros clientes, proveyendo información relevante desde que las entidades

captan un cliente, hasta que le entregan el producto, favoreciendo procesos más expeditos y disminuyendo el riesgo de fraudes.

### Ventajas del Servicio

- Único en el mercado.
- Acceso fácil y oportuno a la información más actualizada.
- Alta Seguridad en la Obtención de la Información.
- Información fidedigna, obtenida desde la fuente oficial, responsable del registro de defunciones del país.
- Disponible a través de diversas modalidades de conexión: web, host to host y próximamente mediante procesos masivos.
- Permite verificar y obtener información válida de RUT-Nombre. ●



Paola Bustos Urrutia  
Gerente Comercial  
SINACOFI

## Éxito Total: Seminario Instrumentos y Soluciones Innovadoras para la Gestión de Negocios PYME

Comprometidos con el desarrollo del Mundo PYME

**E**l pasado miércoles 26 de agosto, en la Sala Magna del Instituto de Estudios Bancarios Guillermo Subercaseaux (IEB), Lucía Pardo Vásquez, Rectora del IEB, y Fernando Contardo Díaz-Muñoz, Gerente General de SINACOFI, dieron inicio a la jornada que ambas instituciones organizaron con el apoyo de Innova CORFO y el auspicio de InfoMAX, Nodo IEB, BancoEstado Pequeñas Empresas y Diario PYME, con el objetivo de apoyar el emprendimiento y gestión de negocios de la Pequeña y Mediana empresa en períodos difíciles, así como promover el uso de las herramientas de apoyo con que cuenta este sector.

En el Seminario "Instrumentos y Soluciones Innovadoras para la Gestión de estos negocios" se destacaron aspectos fundamentales en la gestión de negocios PYME, como es el uso de alternativas de financiamiento bancario, factoring, la innovación, el acceso a los fondos de emprendimiento y soluciones de apoyo de CORFO para este mercado, contando con una presencia de alrededor de 150 representantes del sector PYME y la Banca. Expusieron Alessandro Bozzo Toselli, Subgerente del Fondo de Garantía Estatal para Pequeños Empresarios - FOGAPE de BancoEstado; Rodrigo Carvallo Portales, Gerente General de la Asociación Chilena de Empresas Factoring - ACHEF y Cristián Díaz Cuevas, Subdirector de Innovación Empresarial de Innova CORFO. ●



*Iván Ipinza Oberg  
Jefe de Departamento Microcrédito  
Coopeuch*

"Me parece interesante el tratar estos temas, sobre todo para instituciones como las nuestras, que estamos entrando en el mundo de los segmentos de las Microempresas. Las presentaciones fueron de alto nivel".



*María Verónica Farias Orellana  
Dueña  
Natural Berries*

"Es bueno estar actualizado e informado para poder optar a estos beneficios. Respecto de la presentación de Factoring, yo no conocía el tema y me pareció muy interesante. En el conocimiento de las herramientas están las oportunidades para crecer".



*Enrique Contreras Vergara  
Prosecretario  
Cooperativa de Ahorro y Crédito San Felipe Ltda.*

"La inmensa mayoría de las micropyme y normalmente casi todo este sector no tiene acceso al crédito por falta de garantías. Me parece muy interesante que a partir de este año tengamos acceso al FOGAPE".



*Alessandro Bozzo Toselli,  
FOGAPE - BancoEstado,  
durante la presentación  
"Una nueva perspectiva al  
financiamiento bancario".*



*Cristián Díaz Cuevas en la  
conferencia "Instrumentos  
de apoyo a la innovación  
en las empresas".*



*Lucía Pardo Vásquez, IEB; Fernando  
Contardo Díaz-Muñoz, SINACOFI;  
Paola Bustos Urrutia, SINACOFI y  
Eduardo Castillo, NODO IEB.*



*Paola Bustos Urrutia y Fernando  
Contardo Díaz-Muñoz, SINACOFI y  
Alessandro Bozzo Toselli, FOGAPE -  
Banco Estado.*



*Paola Bustos Urrutia, SINACOFI y  
Cristián Díaz Cuevas, Innova CORFO.*



*Ingrid Barahona Quiroz, SINACOFI;  
Rodrigo Carvallo Portales, ACHEF;  
Fernando Contardo Díaz-Muñoz,  
SINACOFI y Paola Bustos Urrutia,  
SINACOFI.*

SOCIO LOCAL



**CMS** | Chile

4º CONGRESO NACIONAL DE  
**CRÉDITO &  
COBRANZAS**



20 DE OCTUBRE DE 2009  
ESPACIO RIESCO | SANTIAGO



**INSCRÍBASE**

Tel: (56 2) 274 6714 | Fax: (56 2) 274 2789

[www.cmseventos.com](http://www.cmseventos.com) | [chile@cmspeople.com](mailto:chile@cmspeople.com)

**10% de DESCUENTO** para clientes **SINACOFI**  
sobre el valor del pase al 4º Congreso Nacional de Crédito & Cobranzas

## El Consumidor de Hoy: El Cliente es Cada Vez más Holístico

Tras la crisis hay conductas que se quedarán

Mundo SINACOPI conversó con Maribel Vidal, Vice-Presidenta y Directora de Planificación Estratégica de MCCANN ERICKSON, quien profundizó sobre temas ligados a la Banca en materia de consumo y conducta del consumidor chileno, destacando el significado que el consumo tiene para las personas, el que va más allá del atributo de un determinado producto o servicio.



Maribel Vidal.

### Los cambios generacionales

En los 80's el tener una cuenta corriente tenía un simbolismo distinto: Status, las personas estaban muchos años en un mismo banco. Hoy, producto de la apertura al crédito efectuada por las tiendas por departamento al ofrecer crédito a la mayoría de los chilenos que no estaban bancarizados, tener cuenta corriente pasó a ser algo común, los consumidores poseen más de una cuenta corriente y se cambian de banco según cambia la oferta del mercado.

El arribo de las tarjetas de crédito cambió la estructura de la oferta de servicios de la Banca, permitiendo el acceso a segmentos que antes no estaban considerados ni estudiados. Esta apertura al crédito ofrece la posibilidad de hacer realidad hoy el sueño de una persona que no quiere esperar a tener el dinero en efectivo para hacerlo posible. El beneficio obtiene una mayor ponderación emocional que práctica, la mirada va más en el potencial aumento de la calidad de vida.

En este sentido, tanto la Banca como el Retail, han debido segmentar al cliente, no sólo por su nivel de ingreso, sino también incorporando variables de comportamiento y su etapa en el ciclo de vida, generando clusters de consumidores que permite otorgar hoy una

oferta variada y a la medida del consumidor. Por ejemplo, un *Carrier Builder* es un consumidor que está despegando con sus primeros ingresos y experiencias, por lo que es un candidato seguro para un crédito automotriz, antes impensado.

Dentro de los atractivos del consumidor bancarizado se encuentran aquellos que poseen sus pasivos centralizados, "a la Banca le interesa alguien que solicita un crédito inmobiliario, de consumo y que sea buen pagador, pero también debería incorporar otras variables como por ejemplo, quiénes son los que más gastan y los que poseen la mayor cantidad de instrumentos financieros, dado que esa persona no se va a ir nunca del banco. Esa es la mejor manera de fidelizar" señala la ejecutiva.

### LA NUEVA MIRADA TRAS LA CRISIS

#### Cómo la crisis ha afectado el comportamiento de los chilenos

MCCANN ERICKSON decidió medir el comportamiento de los chilenos en período de crisis. El estudio se realizó en las ciudades de Santiago, Concepción y Antofagasta, durante los meses de noviembre del 2008; marzo y agosto del 2009. "Esta medición nos ha permitido afirmar que la realidad percibida y la realidad "objetiva" de las personas están bastante alineadas" enfatiza Maribel Vidal. Es así como los consumidores son un poco más precavidos, esto se explica porque la mitad de las personas han vivido a lo menos una crisis, que es la Asiática de 1999. Esta experiencia se manifiesta hoy en una conducta más racional, con consumidores que están educados en la lógica del libre mercado, aprovechan las ofertas, esperan rebajas en precios y priorizan sus inversiones. El consumidor de hoy, siguiendo la misma lógica, pide por el mismo dinero comprar más y que se premie su lealtad hacia la marca.

"Cuando le preguntamos a la gente qué está haciendo en este momento para sobrellevar la crisis, son básicamente dos cosas: controlar los gastos y ahorrar. En tanto, cuando se les consulta que esperarían que las empresas hicieran, espontáneamente la mayoría de la gente dice que les gustaría contar con más promociones 2x1 y que se premie a los clientes leales" destaca Maribel Vidal.

La gente no toma las decisiones en término de tasa de interés

### El proceso de toma de decisiones del consumidor

La gente no toma sus decisiones en términos de tasas de interés. Viven el consumo pensando en conseguir fines superiores que se vinculan con educar a los hijos, permitir que vayan a la universidad, vivir tranquilos, pasarlo bien, entre otros. Esto es lo que está en la mente de las personas, la que no está en las tasas ni en los porcentajes de las cuotas, sino en los factores emocionales.

Un hallazgo interesante es que hay ítems de consumo que son inamovibles, como por ejemplo, la alimentación, educación y la salud. Además, la gente declara que ha mantenido los gastos relacionados con el hogar como el pago de la vivienda, arreglos de la casa y otras cosas vinculadas con el mejoramiento del hogar y la calidad de vida.

### Nivel de conocimiento del tipo de deuda

El consumidor actual no posee real conciencia del peso específico de un crédito o línea de crédito dentro del presupuesto familiar. Contabiliza la cuota de tarjeta de crédito y la cuota de la vivienda como tal, pero no hay un posicionamiento a nivel presupuestario de las deudas contraídas como "crédito de consumo". A su vez, la escala jerárquica de la deuda es desconocida por el consumidor. Prefiere usar la tarjeta de crédito y pagar en muchas cuotas antes que solicitar un crédito con un menor valor cuota.

### El período post crisis: decisiones que se quedarán

Algunas decisiones pretenden quedarse en los consumidores, sobre todo a nivel de modificación de hábitos de consumo, el que se ve relacionado con el aspecto más valórico, es decir, con el significado detrás de las compras. Esto no quiere decir que no vayan a consumir, pero sí que su consumo se basará en una decisión que los impacta emocionalmente. Por ejemplo, priorizar una compra que potencie la unión familiar. Ciertas transformaciones van a permanecer, por lo que habrá que modificar las marcas, lo que va más allá de una cosa táctica como consecuencia de la crisis. Tal vez se deba efectuar un cambio en una dirección distinta.

EL consumidor de hoy es más holístico y se relaciona desde una lógica instrumental. Entonces, la forma de hacer la diferencia no va tanto por las características acotadas del servicio o producto, sino más por el significado que el servicio o producto tiene para las personas.●



## ¿Qué opinan los chilenos durante el desarrollo de la crisis?

La percepción general ha mejorado

Del estudio realizado por MCCANN ERICKSON en las ciudades de Santiago, Concepción y Antofagasta, durante los meses de noviembre del 2008; marzo y agosto del 2009 y que mide el comportamiento de los chilenos en período de crisis, podemos apreciar que la mirada del chileno cambió conforme fue avanzando el tiempo, tornándose más positiva.

### La Percepción Actual de la Situación Personal

La percepción de las personas respecto a su situación en el período de medición tendió a equilibrarse. La tendencia de la percepción negativa es a la baja, mientras que la calificación regular y buena logran un mayor equilibrio. Asimismo, la percepción respecto de hace un año atrás nos indica que un 40% percibe que ha mejorado.



### La Preocupación por la Crisis en el País

La preocupación por la crisis ha bajado en relación a la primera medición, asimismo la expectativa de su duración, en donde la mayoría se situaba en un período superior a un año, a agosto 2009 la expectativa era inferior a un año por un 68% de los entrevistados. Asimismo, el control del gasto como medida paliativa se ha distendido conforme mejoran las expectativas.

#### Está muy preocupado



#### Medidas implementadas: Control de gastos



**57%** Está de acuerdo con que la crisis está llegando a su fin

**85%** Conoce a alguien que ha perdido su empleo en los últimos 3 meses

Fuente: MCCANN ERICKSON, agosto 2009.

### ¿Cómo enfrentar la crisis?

Percepción a Agosto 2009

- 60%** Compra en lugares más económicos
- 60%** Espera ofertas especiales
- 56%** Reduce o evita el uso de tarjetas de crédito
- 52%** Salir menos de casa
- 28%** Compra ropa para no "bajonearse" durante la crisis

## La cantidad de documentos y personas en situación de mora o protesto aumentó un 22,5% y 8,6% respectivamente, desde Julio 2008 a Junio 2009

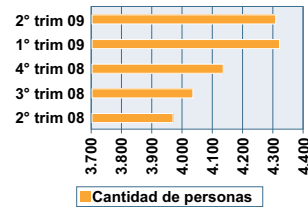
En promedio una empresa tiene el doble de documentos protestados que morosos, mientras que la morosidad y protestos en personas naturales se mantiene en razón de "uno a uno" para el mismo periodo.

Durante el 2do trimestre del 2009, y respecto del mismo periodo del año anterior, para el caso de personas naturales, las morosidades aumentaron en la misma proporción en que disminuyeron los protestos y en el caso de personas jurídicas, el fenómeno es inverso.

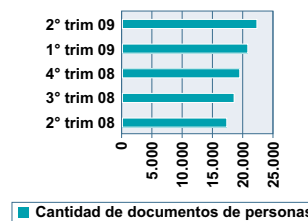
El 2% de las empresas morosas pasaron a situación de protesto cuando se declaró la crisis. Desde ese momento la distribución de la deuda impaga quedó compuesta por un 36% de morosidad y 64% de protestos, la que se mantuvo estable desde Julio 2008 a Junio 2009. Sin embargo, la cantidad de empresas que han incurrido en mora o protesto ha sido creciente, considerando desde el 2do trimestre 2008 hasta el 2do trimestre 2009, con un aumento del 3,5% (1.844 empresas).

La cantidad de documentos y personas en situación de mora o protesto aumentó un 22,5% y 8,6% respectivamente, desde Julio 2008 a Junio 2009. Sin embargo, de la totalidad de la deuda impaga, la proporción de los documentos y personas en situación de protesto cayó en un 4% y 2% respectivamente durante el mismo periodo, ocasionando una redistribución positiva de la misma. Esto se explica por una mayor cautela en el proceso

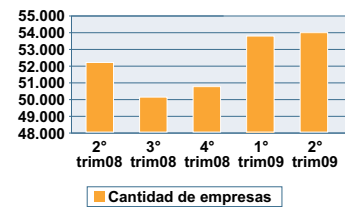
EVOLUCIÓN DE MOROSIDAD Y PROTESTO EN CANTIDAD DE PERSONAS



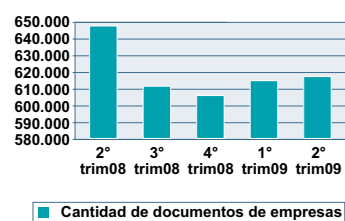
EVOLUCIÓN DE DOCUMENTOS DE PERSONAS EN SITUACIÓN DE MORA O PROTESTO



EVOLUCIÓN DE MOROSIDAD Y PROTESTO EN CANTIDAD DE EMPRESAS



EVOLUCIÓN DE DOCUMENTOS DE EMPRESAS EN SITUACIÓN DE MORA O PROTESTO



de liquidación de deuda de las personas, que si bien aumentaron en cantidad, mantienen un mejor comportamiento para ponerla al día, lo que se explica en la disminución de los

protestos y la menor proporción entre documentos y personas que cayeron en deuda impaga.

## Calidad de Datos

La exactitud de la información es clave

C oncientes de la relevancia que reviste en los distintos procesos de negocios la exactitud de la información, SINACOFI hace varios años cuenta con el área "Calidad de datos", dedicada a velar por la calidad de la información entregada a los clientes. Oscar Cárdenas Ovando, Jefe de Calidad de Datos de SINACOFI, destaca que "si bien la calidad de los datos es responsabilidad de su área, es también una preocupación transversal en la organización y que se ha formalizado incluso en nuestra Política de Calidad para ISO 9001:2008, con objetivos específicos del tema".

A su vez el ejecutivo agrega que "nuestras principales preocupaciones se centran en la oportunidad, integridad, exactitud y completitud de la Información que administramos, dada la gran cantidad y diversidad de aportantes y fuentes de información con que contamos. Lo anterior, teniendo como base el estricto apego al cumplimiento de la legislación vigente y, por supuesto, los compromisos adquiridos con nuestros clientes".

En lo principal, nuestro proceso vela porque los archivos de aporte de datos lleguen con la periodicidad establecida, se validen y carguen los datos correctos y queden disponibles para nuestros servicios, asegurando que la información proporcionada por el servicio sea fiel reflejo

de lo entregado por el proveedor de la información". Cabe destacar que en SINACOFI existen controles y herramientas orientadas a buscar que los aportes y rescate de información se realicen de la forma denominada "Rescate Seguro", esto significa que la información es rescatada y descargada directamente a nuestros sistemas desde la entrada, sin posibilidad de manipulación humana de los archivos, asegurando así la integridad de los datos. Todo esto en colaboración con los bancos y otros aportantes que realizan los envíos por medios automatizados.

El área de calidad de datos cuenta con personal altamente comprometido y capacitado. Nuestros procesos son constante-mente controlados por las Auditorías SAS 70, por Auditoría de Bancos, por la Norma de Calidad ISO 9001:2008 y por la Norma de Seguridad de la Información ISO 27001:2005, que entregan una opinión externa e independiente, certificando el adecuado funcionamiento del proceso de calidad de datos, sus procedimientos, controles y su operación, con la efectividad esperada.

Finalmente, Oscar Cárdenas indica: "estamos preocupados por ser un verdadero aporte al negocio y propender a la mejora continua. En este contexto realizamos un seguimiento permanente del conjunto de indicadores que miden la efectividad del proceso, verificando el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos. Además,

## SINACOFI por dentro

aplicamos periódicamente evaluaciones a nuestros proveedores de información y efectuamos auditorías de calidad de datos, que nos permiten tanto identificar aspectos de mejora propios como apoyar y retroalimentar a los aportantes".

Oscar Cárdenas  
Jefe de Calidad de Datos  
SINACOFI



## Cámara de Compensación

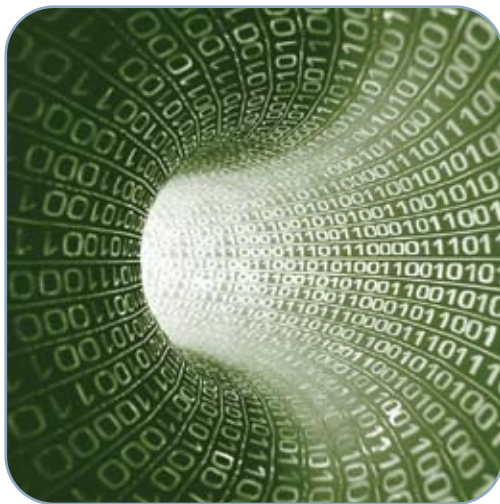
*"Exactitud y Confidencialidad Garantizada"*



- Cámara de Moneda Nacional
- Cámara de Moneda Extranjera
- Compensación de Cajeros Automáticos
- Reporte de Problemas ATM
- Cámara de Back Up Continuo
- Cámara de APV

## Mensajería Electrónica

*"Seguridad y Disponibilidad Total"*



- Transferencia de Mensajes y Archivos
- Contratos de Derivados
- Cartas de Resguardo
- Pizarra Electrónica

### SERVICIO AL CLIENTE

- Marco legal • Preguntas frecuentes
- Formas de conexión



**672 2186**  
**672 9654**

MAC - Mesa de atención a clientes

w w w . s i n a c o f i . c l

Servicios Estratégicos

Certeza en la Información

Seguridad

Disponibilidad 7 x 24

Confianza

