	<b>PROCESO:</b>  <b>GESTIÓN PRECONTRACTUAL</b>	<b>Código:</b>	APO_10_1_2_FR08
		<b>Versión:</b>	04
		<b>Clasificación:</b>	Pública
		<b>Fecha:</b>	2022/06/23
<b>FORMATO</b> <b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>			
<b>Aprobó:</b> <b>Liliana Rocío Bohórquez Hernández</b> Gerente Abastecimiento Estratégico		<b>Revisó:</b> <b>Martha Cecilia Flórez Sánchez</b> Líder SIG	
		<b>Elaboró:</b> <b>Nicolás Martínez Benavides</b> Profesional Universitario	

DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD	
1. ASPECTOS GENERALES	
<b>¿Cuál es su necesidad? Objeto</b>	Prestación de servicios profesionales en la Gerencia de Experiencia del Cliente para el apoyo jurídico y proyección de respuestas a requerimientos en el campo normativo para el fortalecimiento del servicio de la Compañía y el relacionamiento con entidades públicas que soliciten información de interés a Positiva Compañía de Seguros, en coordinación con las diferentes dependencias de la Compañía.
<b>Nombre de proveedor (En caso de que aplique invitación Directa)</b>	BARONIO CIFUENTES MEDINA 19472118-4
<b>Valor de la necesidad plan de contratación y Código de Orden</b>	El valor de la presente aceptación asciende a sesenta y siete millones quinientos mil pesos . (\$67.500.000) C35602023.  <u>El valor incluye todos los tributos que se generen con ocasión de la celebración y ejecución de la Aceptación de Oferta de acuerdo con la normatividad vigente.</u>
1.1 CONTEXTO ECONÓMICO	
Análisis de datos de: (i) productos incluidos dentro del sector; (ii) agentes que componen el sector; (iii) gremios y asociaciones que participan en el sector; (iv) cifras totales de ventas; (v) perspectivas de crecimiento, inversión y ventas; (v) variables económicas que afectan el sector como inflación, variación del SMMLV y la tasa de cambio; (vi) cadena de producción y distribución; (vii) materias primas necesarias para la producción y la variación de sus precios; y (viii) dinámica de importaciones, exportaciones y contrabando, en caso de que aplique.	
Incrementar la satisfacción de los clientes es un reto para las empresas del sector públicos, quienes deben ir más allá de la prestación del servicio y enfocarse en las necesidades de sus usuarios. Al respecto, Jesús Sánchez, vicepresidente de Mercadeo de Open, empresa proveedora de soluciones especializado para las industrias de utilities y telecomunicaciones afirma que “la clave está en identificar los momentos de mayor importancia para los usuarios, brindar información oportuna que les permita tomar decisiones, resolver sus	

**Comentado [PAGM1]:** Por favor tener en cuenta las observaciones realizadas al objeto del contrato en el estudio previo y ajustarlo para que quede igual

**Comentado [PAGM2]:** Por favor ajustar

inquietudes a tiempo y satisfacer sus expectativas. Cuando todos los procesos de cara al cliente están coordinados se crea una experiencia cohesiva y sin fricciones con los usuarios.

Para garantizar la ruta que debe tomar Positiva en la Experiencia del Cliente, es de vital importancia presentar las tendencias mas importantes que si bien nos dejó la pandemia, también es una oportunidad para la compañía en el sector asegurador. Es por esto, que para cumplir estas necesidades y agregar valor a los clientes, la tecnología es la gran aliada de las aseguradoras. Los usuarios buscan más seguridad, tranquilidad y facilidad; las aseguradoras, a su vez, aspiran a incursionar en nuevos mercados. Por ello algunas nuevas tendencias van de la mano con la transformación digital y las 3 tendencias del mercado descritas a continuación:

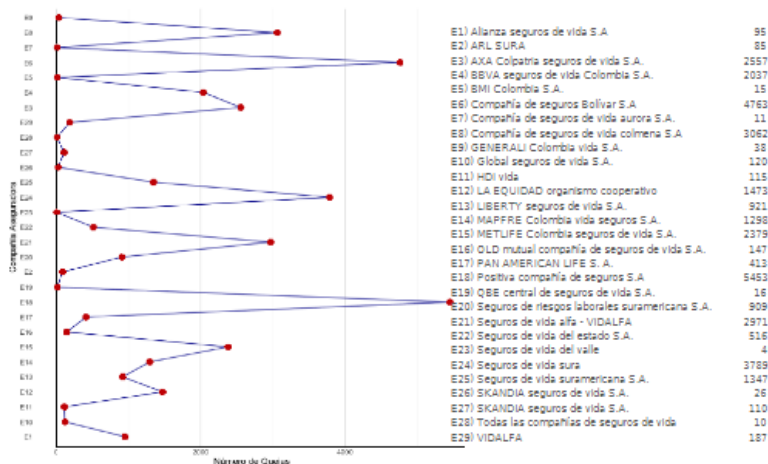
1. El trabajo remoto, las nuevas modalidades contractuales y el aumento del uso de canales digitales han despertado el interés por la protección de los sistemas informáticos ante ciberataques, hackers, virus o cualquier forma de daño informático. La protección de los datos es uno de los temas más importantes tanto para los usuarios como para las empresas.
2. Análisis Predictivos: El mundo del big data ha ofrecido la posibilidad de anticiparse a diversas situaciones, desde siniestros hasta comportamientos de los clientes. Esto permite realizar análisis predictivos de las conductas de los usuarios y determinar los riesgos y los servicios que pueden necesitar, lo que debería facilitar el acceso a seguros más especializados. Esta es una tendencia que se fortalecerá en los próximos años.
3. Neoseguros: El término neoseguros se refiere a las compañías aseguradoras nativas digitales. Estas empresas emplean tecnologías emergentes como la automatización, el aprendizaje automático, el blockchain y el internet de las cosas; estas tecnologías ayudan al sector a ser más ágil y confiable.

Por otra parte, el informe elaborado por Daniel Franco y Arantxa Perinán (2020) describen y analizan por medio de la metodología Sig Sigma, los servicios prestados por las compañías aseguradoras de vida en Colombia, para evaluar el desempeño del servicio a través de las dimensiones de calidad establecidas en este estudio. Finalmente, se obtuvieron resultados donde se evidencia que las compañías presentan un buen desempeño, los valores de rendimiento y nivel sigma superan los valores críticos establecidos. No obstante, el desempeño del servicio es posible mejorarse si se tiene en cuenta la voz del cliente y sus expectativas.

Las dimensiones de la calidad a evaluar fueron:

- Respuesta precisa y fiable
- Desempeño Ideal
- Servicio de confianza
- Proceso y atención
- individualizada

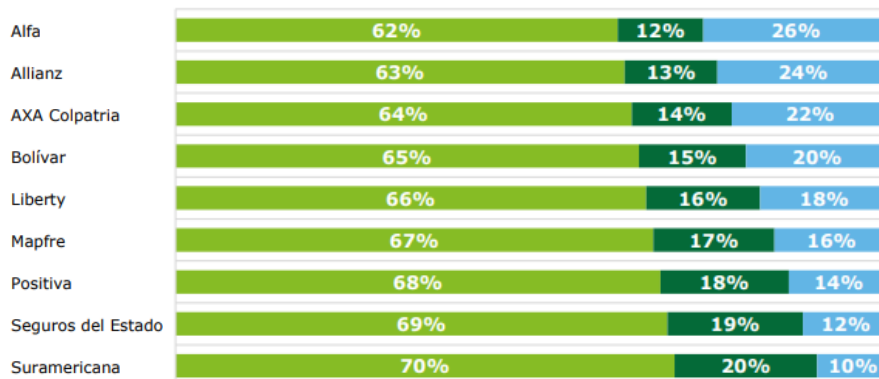
Del siguiente estudio logra evidenciar que Positiva, junto con Seguros Bolívar, Fueron las compañías con mayor número de quejas presentadas por sus usuarios



El autor describe que si bien el sector no presenta mayor número de quejas y su desempeño es eficiente, para la Gerencia de Experiencia del cliente este resultado como compañía no refleja el mejor indicador.

Por otra parte, un estudio de Deloitte en el año 2018 tomado para 1.042 consumidores y donde evaluó compañías de seguros.

Comentado [PAGM3]: No hay un estudio mas reciente?

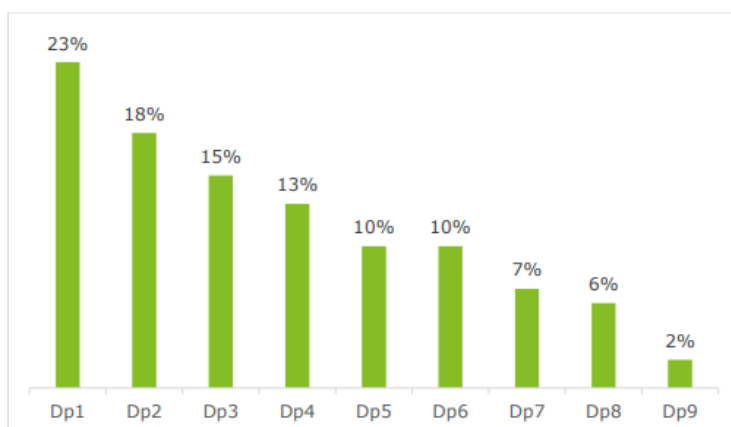


Como resultado de la siguiente encuesta, evidencia que lo anterior no existe una dispersión considerable entre las diferentes compañías evaluadas. Es decir que, aunque existen compañías mejor posicionadas, con índices de satisfacción y recomendación más altos, no hay una marca que sobresalga significativamente sobre las demás o que genere un relacionamiento inmediato del sector con dicha aseguradora.

Es claro que el mayor índice de satisfacción lo tiene suramericana donde solamente el 10% de los encuestados se clasifican como detractores, frente a 14% de los detractores identificados en Positiva. En esta clasificación, contrario a lo que sucedía en el NPS total de cada compañía, es posible identificar una alta diferenciación en el número de detractores entre las diferentes compañías, lo que podría indicar una diferenciación efectiva en las estrategias de fidelización de cada una de las empresas aseguradoras.

Los factores considerados dentro de la evaluación de recomendación de cada compañía fueron los siguientes: DP1. Atención ante siniestros, DP2. Atención de peticiones, quejas, reclamos o solicitudes, DP3. Atención personalizada, DP4. Cobertura regional o geográfica del producto, DP5. Confianza que genera, DP6. Facilidad de los trámites, DP7. Número de sedes para atender al público, DP8. Precios, DP9. Variedad de planes de aseguramiento y pólizas. A continuación, se exponen los motivos que impulsaron en mayor medida la promoción o detracción de los usuarios en el sector de seguros.

#### Factores positivos



Factores positivos Los principales factores que generaron una calificación positiva en los índices de satisfacción de los usuarios de seguros en Colombia fueron el Dp.1 y el Dp.2. Mientras que factores como el

Dp.9 no genera un impacto positivo considerable en el NPS del sector o las compañías en el alcance del estudio.

En el marco normativo aplicado a nuestros servicios y productos en el desarrollo de la ejercicio para prestar los servicios y afianzar la confianza de las entidades públicas para los ciudadanos y con el propósito de Mejorar el grado de oportunidad en la prestación de los servicios a los clientes en estas entidades, y potenciar el desarrollo del talento humano orientado a la innovación, la cultura del servicio y la confianza ciudadana, Trabajar con criterios de oportunidad, responsabilidad, innovación y transparencia, para el mejoramiento continuo del servicio que presta el Estado a los ciudadanos, establecer y aplicar directrices para desarrollar organizaciones acordes a las necesidades de los clientes y las exigencias del buen servicio, determinado en el artículo 59 de la Ley 489 de 1998 y el artículo 56 de la Ley 443 de 1998.

En la ley 1328 de 2009 consagra que las aseguradoras deberán estimar y disponer los recursos financieros necesarios para garantizar que el Sistema de Atención al Ciudadano y Defensor del Consumidor Financiero cuente con la infraestructura física, **humana, técnica** y tecnológica requerida para el ejercicio de las funciones asignadas, considerando el número de clientes, productos y operaciones realizadas, así como el promedio de quejas o reclamos atendidos a través de las diferentes instancias en el último año y en consecuencia de una política de libre competencia en los sistemas vigilados, los clientes y usuarios de los mismos deben contar con la posibilidad de obtener en el mercado diversas alternativas de inversión o de consumo, de suerte que como lo señala el numeral 1 del art. 97 del EOSF en concordancia con el art. 3 de la Ley 1328 de 2009 (expuesto por la SFC), puedan acceder en un contexto de absoluta transparencia a los productos o servicios financieros, a través de elementos de juicio claros y objetivos, escoger las mejores opciones del mercado, siendo las empresas de seguros poder tomar decisiones informadas. En el mismo sentido, las entidades vigiladas deben abstenerse de abusar de su posición dominante (art. 3 y 7 de la Ley 1328 de 2009) y evitar incurrir en prácticas que impidan injustificadamente el acceso a los productos y servicios ofrecidos, procurando promover el acceso a los mismos a la población de menores recursos y de la micro, pequeña y mediana empresa.

Los derechos aquí resaltados y mencionados por la Superintendencia Financiera de Colombia conforme a la normatividad vigente encuentran protección, en primera instancia, dentro las mismas instituciones mediante la adopción de los mecanismos que los garanticen, a través de diversas reglas como las señaladas en materia de información de precios y tarifas de los productos y **servicios**, la institución del Sistema de Atención al Consumidor (SAC) y la figura del defensor del cliente, entre otros.

Este contexto económico del sector asegurador nos permite evidenciar la necesidad de un personal idóneo, que permita hacer seguimiento a los servicios contratos a los proveedores y como garante del cumplimiento normativo. Lo anterior permitirá que los proveedores dentro de su oferta de valor, cumplan los ANS definidos y de esta manera mejore el servicio del cliente en todos los procesos de servicio tercerizados por la Gerencia de Experiencia del Cliente.

#### **Contexto económico**

- DANE: [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)
- Deloitte: [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com).
- IZO: [www.izo.es](http://www.izo.es)

- Cámaras de Comercio
- Superintendencia de Industria y Comercio: [www.sic.gov.co](http://www.sic.gov.co)
- Superintendencia Financiera de Colombia: [www.superfinanciera.gov.co](http://www.superfinanciera.gov.co)
- Departamento Nacional de Planeación –DNP–: [www.dnp.gov.co](http://www.dnp.gov.co)
- Asobancaria (economía y finanzas): [www.asobancaria.com](http://www.asobancaria.com)

## 1.2 CONTEXTO TÉCNICO

Las condiciones técnicas y tecnológicas del objeto del Proceso de Contratación, incluyendo el estado de la innovación y desarrollo técnico que permite crear nuevos productos y oportunidades de mercado y las nuevas tendencias como: (i) cambios tecnológicos, (ii) amplitud de la oferta de características de los productos; (iii) especificaciones de calidad; (iv) condiciones especiales para la entrega (cadenas de frío, sistemas de vigilancia, etc.) y (v) tiempos de entrega.

La transformación digital en la experiencia de nuestros clientes ha pasado a una nueva fase. Las empresas deben *competir para diferenciarse en el panorama digital y ofrecer servicios que satisfagan las demandas de empleados y de los clientes por igual*. En 2023, nuevas tendencias redefinirán la atención al cliente. Desde que en 2020 la Covid-19 desencadenó un aumento en la adopción y el uso de la tecnología, las empresas y los consumidores no han dejado de optar por los canales online para realizar compras y otras tareas diarias.

La digitalización ya no es una opción. Las empresas que no se hayan adaptado a las nuevas exigencias probablemente tendrán problemas para sobrevivir. El revuelo por embarcarse en la transformación digital ya se ha calmado. Quien más, quien menos, ya utiliza canales digitales.

Pero ahora, las empresas B2B (Relación comercial de una compañía con otra) y B2C (Relación comercial de una compañía con un consumidor) empiezan a jugar en el mismo terreno, conocido como B2H (Business to Human). Desde que empezó la pandemia, han tenido tiempo de adaptarse a los nuevos cambios. Si bien al inicio, los consumidores estaban dispuestos a perdonar pequeños problemas derivados de una mala digitalización mientras las marcas se adaptaban a la nueva situación, ahora ya es demasiado tarde. Después de dos años, los consumidores esperan una buena experiencia digital, sin excepciones.

Para la implementación del modelo de experiencia dentro de la Compañía y realizar respuestas a nuestros entes de control bajo los lineamientos emitidos por la compañía, se hace necesario la obtención y supervisión de los servicios prestados por los proveedores a los clientes y usuarios de Positiva, lo que se hace evidente que para el cumplimiento de la promesa de valor a nuestros clientes con el apoyo de la supervisión legal a los proveedores, lograremos mayor eficiencia del servicio para para el servicios de los clientes.

Lo anterior es indispensable frente a las obligaciones de cumplimiento para los entes de control quienes en la circular Circular Básica Jurídica (C.E. 029/14) y específicamente en los capítulos del título II (Capítulo. I – Canales, medios, seguridad y calidad en el manejo de información en la prestación de servicios financieros) y título III (Capítulo. I – Acceso e información al consumidor financiero, Capítulo. II- Instancias de atención al consumidor en las entidades vigiladas)

Por tal motivo se requiere continuar con servicios especializados en derecho administrativo para la elaboración y actualización de la información solicitada por entes de control a la Gerencia de Experiencia y Sistema de Atención al Ciudadano que compete a Positiva en cuanto a Ley 1328 de 2009 y en particular la

resolución DECRETO 2555 DE 2010 Por el cual se recogen y reexpiden las normas en materia del sector financiero, asegurador y del mercado de valores y se dictan otras disposiciones.

Por último, es importante resaltar que la gestión del Defensor del Consumidor Financiero y Sistema de Atención al Ciudadano cuenta con las calidades personales y profesionales que garanticen el cumplimiento adecuado de las funciones y la prevalencia de los intereses del consumidor financiero frente a cualquier otro interés para atender las disposiciones legales e instrucciones impartidas por la Superintendencia Financiera de Colombia.

#### Contexto técnico

- Departamento Nacional de Planeación:

<https://www.dnp.gov.co/programas/ambiente/Paginas/Transicion-ecologica-y-crecimiento-sostenible.aspx>

- Ministerio de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones:

[www.mintic.gov.co](http://www.mintic.gov.co)

### 1.3 CONTEXTO REGULATORIO

La Compañía debe identificar la regulación aplicable al objeto del Proceso de Contratación, tanto la que influye en el mercado del bien, obra o servicio, como la que regula la actividad de los proveedores y compradores de manera particular, incluyendo regulaciones de mercado, de precios, ambientales, tributarias y de cualquier otro tipo, así como las modificaciones recientes a tales regulaciones y el impacto en su aplicación. También debe estudiar si en el sector hay Normas Técnicas Colombianas, acuerdos o normas internacionales aplicables y autoridades regulatorias o de vigilancia.

*Las leyes, decretos y demás desarrollos normativos que guían las acciones para Implementar la Experiencia frente a las disposiciones legales, son las siguientes*

ESTATUTO ORGANICO SISTEMA FINANCIERO	
CAPÍTULO XIV REGLAS RELATIVAS A LA COMPETENCIA Y A LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR ARTÍCULO 98. Reglas Generales.  4.4. Sanciones. Derogado por el art. 101, Ley 1328 de 2009, a partir del 1º de Julio de 2010. El incumplimiento de las obligaciones a cargo del defensor del cliente será sancionado por la Superintendencia Bancaria en la forma prevista en la Parte Séptima del presente Estatuto. En los términos de dichas disposiciones las instituciones vigiladas podrán ser sancionadas por no designar al defensor del cliente, por no efectuar las apropiaciones necesarias para el suministro de los recursos humanos y técnicos que requiera su adecuado desempeño o por no proveer la información que necesite en ejercicio de sus funciones. El defensor del cliente podrá ser sancionado por el incumplimiento de las obligaciones que le son propias. Texto subrayado declarado EXEQUIBLE por la Corte Constitucional mediante Sentencia C-314 de 2009.	Defensor del Consumidor Financiero.
Ley 1328 de 2009	Régimen de protección al Consumidor Financiero
CIRCULAR BASICA JURIDICA	
Información en Oficinas	PITitIII Cap I CBJ
Información de aseguradoras a clientes	PITitIII Cap I CBJ

Sistemas de Atención al Ciudadano	PITitIII Cap II CBJ
Defensor del Consumidor Financiero.	PITitIII Cap II CBJ
Defensor del Consumidor Financiero.	PITitIV CapII CBJ
<b>DECRETO 2555 DE 2010 Por el cual se recogen y reexpiden las normas en materia del sector financiero, asegurador y del mercado de valores y se dictan otras disposiciones.</b>	
Defensor del Consumidor Financiero.	Tit2CapI D2555 LIBRO 34

#### **Contexto regulatorio**

- Presidencia de la República: [www.presidencia.gov.co](http://www.presidencia.gov.co)
- Superintendencia Financiera de Colombia
- Ministerio de Hacienda

#### **4. ESTUDIO DE LA OFERTA**

Se debe identificar entre otros aspectos, quién vende, cuál es la dinámica de producción y entrega de bienes, obras o servicios.

Se consultaron 2 proveedores así:

EMPRESA	COSTO	Entregables	Observaciones
BARONIO CIFUENTES MEDINA: 19472118-4	\$ 67.500.000	1. Supervisar el cumplimiento de los requisitos legales en los procesos de atención al cliente. 2. Realización de estudios previos, identificando el cumplimiento de los parámetros legales. 3. Realización de informes y reportes de resultados de las actividades desarrolladas contractualmente	El objetivo de la presente oferta se enmarca en el apoyo a la Gerencia de Experiencia del Cliente en apoyar los componentes legales de la supervisión de los proveedores, sus resultados como colaboran e interactúan sobre el servicio contractualmente. Es el mapa que proporciona un entendimiento común de la organización y se usa para



			alinear al proveedor con los requerimientos tácticos de la compañía.
JUAN ALBERTO ROA PEÑA NIT: 19.489.362-1	\$ 105.000.000	1. Plan de trabajo definido y aprobado por el supervisor del contrato 2. Informe mensual de actividades y gestión. 3. Informe final con el resultado de las actividades desarrolladas durante la ejecución del contrato.	Apoyar a la Gerencia de Experiencia del cliente de POSITIVA S.A. en el seguimiento de proyectos estratégicos y de gestión que redunden el fortalecimiento de la Compañía, así como en el relacionamiento con entidades públicas y privadas que discutan y definan políticas públicas que impacten el objeto social de Positiva Compañía de Seguros, en coordinación con las diferentes dependencias de la Compañía.

De acuerdo con el estudio de mercado realizado se concluyó que la mejor propuesta es la ofrecida por Baronio Cifuentes Medina NIT: 19472118-4 quien realiza una propuesta de Apoyo y supervisión en la revisión de los contratos gestionados actualmente desde la gerencia y los nuevos contratos que se realicen conforme la planeación y las estrategias definidas en el marco bajo los estándares de la Superintendencia Financiera. Así como dar respuestas a entes de control.

#### **Estudio de la oferta**

- SECOP (I) (II) : [www.colombiacompra.gov.co](http://www.colombiacompra.gov.co)
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Directorio de asociaciones y agremiaciones):
- Superintendencia Financiera de Colombia
- Sectoriales

#### **5. ESTUDIO DE LA DEMANDA**

¿Ha contratado la necesidad previamente?	Si <input type="checkbox"/>	No <input checked="" type="checkbox"/>
Contratará nuevamente con el mismo proveedor	Si <input type="checkbox"/>	No <input checked="" type="checkbox"/>
En caso de haber respondido afirmativamente, justifique su respuesta	N/A	

<b>¿Existe Instrumentos de Agregación de Demanda? ¿Hará uso de Acuerdo Marco para la Contratación? ¿algún Acuerdo Marco que se ajuste a su necesidad de contratación?</b> <a href="https://www.colombiacompra.gov.co/tienda-virtual-del-estado-colombiano/acuerdos-marco">https://www.colombiacompra.gov.co/tienda-virtual-del-estado-colombiano/acuerdos-marco</a>	Si <input type="checkbox"/>	No <input checked="" type="checkbox"/>
<b>En caso de existir Instrumentos de Agregación de Demanda “Acuerdo Marco” ¿el objeto de contratación y la vigencia cubren la necesidad prevista?</b>	Plazo del Acuerdo Marco Si Aplica Fecha Inicio: N/A Fecha Fin: N/A	
<b>¿Hará uso de los instrumentos de Agregación de Demanda “Acuerdo Marco” para contratar su necesidad?</b>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
<b>En caso de que exista Instrumentos de Agregación de Demanda “Acuerdo Marco” y de haber respondido negativamente la pregunta anterior, justifique técnicamente ¿por qué no hará uso de este?</b>	N/A	
<p>¿Cómo ha adquirido la Compañía en el pasado este bien, obra o servicio?, haga un análisis histórico de la necesidad a contratar (fuente interna). De lo contrario, haga un análisis de cómo lo han contratado otras empresas similares y solicite información de precio y servicios a posibles oferentes.</p> <p>Para la obtención de información, se sugiere el uso del RFI (Request for Information) mediante la herramienta Ariba, para lo cual es importante resaltar al oferente que esta solicitud se hace con el fin de estimar un presupuesto de un futuro proceso de selección de acuerdo a las modalidades de selección de acuerdo al Manual para la Gestión y de Abastecimiento, y que no compromete a Positiva a seleccionar al oferente para la suscripción de un contrato.</p> <p>Del mismo modo, dentro del estudio de mercado se sugiere, dependiendo del bien, obra o servicio a contratar, la consulta a fuentes externas para verificar el valor en el mercado relevante correspondiente (fuente externa) que permita cotejar dichos precios medios de referencia con aquellos obtenidos en el análisis de los datos históricos o similares derivados de la utilización de las fuentes internas.</p> <p>Actualmente la Compañía viene adelantando un trabajo en la transición de mejorar la experiencia de nuestros clientes, bajo metodologías innovadoras, recurso humano competente y tecnologías apropiadas, y bajo el marco normativo que aplica a las entidades públicas para el Consumidor Financiero, y que comienza con la recolección de necesidades del negocio a través de los proyectos o iniciativas planeadas por la Gerencia de Experiencia del cliente, la priorización de los mismos para preparar ejercicios de implementación, ejecución</p>		

y desarrollo: Planeación, misional, Información, Sistemas de atención, estatuto normativo que aplican a las aseguradoras en el ámbito de Servicio al cliente y defensor Financiero, respuestas antes de control con el propósito de realizar los ejercicios del Modelo de Experiencia del Cliente.

**Estudio de la demanda**

- SECOP (I) (II): [www.colombiacompra.gov.co](http://www.colombiacompra.gov.co)
- Páginas web de las Entidades Estatales
- Encargados de compras de otras Entidades Estatales
- Guía para la codificación de bienes y servicios de acuerdo con el código estándar de productos y servicios de Naciones Unidas (UNSPSC) – Colombia Compra Eficiente: [www.colombiacompra.gov.co/manuales](http://www.colombiacompra.gov.co/manuales)

Nota: Cumpliendo los lineamientos de la Directiva Presidencial 01 de marzo 03 de 2021 -2021, se incluye en campo 3 los Instrumentos de Agregación de Demanda "Estudio de la Demanda" "Acuerdo Marco " como referente para la aplicación de los instrumentos elaborados por la Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente. Cuando existan y sean objeto de la contratación y se ajuste a la necesidad prevista a cubrir y a la vigencia.

**6. FIRMAY FECHA**

NOMBRE DE QUIEN ELABORÓ	FIRMA	FECHA DE ELABORACIÓN
Oscar Heladio Rey Toloza		13-02-2023