



# CARACTERIZACIÓN GRUPOS DE VALOR E INTERÉS DEL CLUB MILITAR



Club Militar  
¡Actividad, Perseverancia y Pasión!  
Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240606-092719-491b60-8226011  
2024-06-12T18:24:05:00 - Pagina 2 de 16

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	3
OBJETIVO .....	3
OBJETIVO ESPECIFICOS .....	3
ALCANCE .....	4
NORMATIVIDAD.....	4
GLOSARIO .....	4
CAPITULOS.....	5
DOCUMENTOS DE APOYO.....	13
ANEXOS .....	13
CONTROL DE CAMBIOS .....	13
VALIDACIÓN DE FIRMAS.....	14



Club Militar  
¡Actitud, Perseverancia y Pasión!

## INTRODUCCIÓN

En el corazón de la República de Colombia, el Club Militar de Oficiales se erige como un faro de encuentro, camaradería y excelencia. Este selecto espacio, que trasciende las barreras de lo meramente físico, representa el epicentro donde los lazos de hermandad se entrelazan con la dedicación al servicio y el compromiso con los valores que definen a la institución militar.

En este documento, exploraremos de manera detallada la caracterización de los distinguidos grupos de valor e interés que conforman el tejido social de nuestro Club. Desde oficiales en servicio activo, agremiaciones, entes de control y academia hasta aquellos oficiales que han contribuido con su experiencia y sabiduría, cada miembro desempeña un papel fundamental en el enriquecimiento de nuestra comunidad.

Al adentrarnos en los perfiles de los diversos grupos de valor, se revela una panorámica única que destaca las necesidades, aspiraciones y desafíos compartidos por quienes integran esta noble entidad. Con el firme propósito de fortalecer la cohesión, satisfacer expectativas y fomentar un ambiente propicio para el desarrollo integral, este análisis detallado sienta las bases para una gestión más efectiva y una experiencia clubística más enriquecedora.

A lo largo de estas páginas, descubriremos no solo las características demográficas y aspiraciones de nuestros miembros, sino también las claves para nutrir y potenciar los lazos que nos unen como comunidad militar. Este proceso de caracterización no solo es un ejercicio de comprensión, sino también una herramienta estratégica que orientará nuestras acciones y decisiones futuras.

En el Club Militar de Oficiales, cada capítulo de esta historia refleja el compromiso inquebrantable con la excelencia, la camaradería y la contribución al bienestar de la sociedad que juramos servir. Adentrémonos juntos en este análisis, donde la identidad y la misión de nuestro Club se entrelazan con la rica diversidad de quienes tienen el honor de llamarse miembros.

### OBJETIVO

Identificar los grupos de valor e interés del Club Militar a través de un modelo de investigación de mercado que le permita a la entidad personalizar estrategias de relacionamiento asociadas a las necesidades y expectativas, con el fin de fomentar la inclusión y cohesión en la toma estratégica de decisiones.

### OBJETIVO ESPECIFICOS

- ✓ Establecer las variables de análisis en el segmento de mercado propio de la entidad.
- ✓ Asegurar la fidelización del socio.
- ✓ Impulsar la Política de Innovación y Conocimiento del Club Militar.
- ✓ Adaptación a cambios del mercado.
- ✓ Optimizar la experiencia de atención.
- ✓ Consolidar el esquema de analítica de datos.



# CARACTERIZACIÓN GRUPOS DE VALOR E INTERES DEL CLUB MILITAR

Código: CM-DET-IG04

Versión: 2

Fecha: 06/06/2024

Página 4 de 14



Club Militar  
¡Actitud, Perseverancia y Pasión!  
Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240606-092719--49f660-82260111  
2024-06-12T18:24:20-05:00 - Página 4 de 16

## ALCANCE

El alcance de la caracterización de grupos de valor e interés en el Club Militar de Oficiales abarca la comprensión detallada de las necesidades, expectativas y dinámicas únicas de cada segmento dentro de nuestra distinguida comunidad. Este análisis integral tiene como objetivo principal orientar estrategias y decisiones clave para mejorar la experiencia de todos nuestros miembros, desde oficiales en servicio activo hasta aquellos retirados, propiciando un sentido de pertenencia, colaboración y desarrollo continuo.

Aplica a todas las instancias de la entidad comprometidas con el relacionamiento directo e indirecto con nuestros grupos de valor e interés.

## NORMATIVIDAD

LEY 134 DE 1994- Por la cual se dictan normas sobre Mecanismos de Participación Ciudadana

LEY 190 DE 1995 - ART. 55- Ejercicio del Derecho de Petición

LEY 1712 DE 2014- Se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones

DECRETO 1008 DEL 14 DE JUNIO DE 2018- Por el cual se oficializa el cambio de la estrategia de Gobierno en Línea a la política de Gobierno Digital para dar solución a las necesidades con el uso de la tecnología, contribuyendo a la toma de decisiones basadas en los datos para lograr el empoderamiento de los ciudadanos.

DOCUMENTO CONPES 3649 DE 2010- Política Nacional de Servicio al Ciudadano

## GLOSARIO

**Calidad:** Grado en el que un conjunto de características inherentes de un objeto cumple con los requisitos.

**Canales de Atención:** Son los mecanismos, medios y espacios mediante los cuales las entidades públicas del orden nacional y territorial, atienden los requerimientos de información, servicios, trámites, orientación, asistencia, a los ciudadanos que lo solicitan, relacionados con la misión institucional. Los canales de atención pueden ser presencial, telefónico, virtual

**Caracterizar:** identificar las particularidades (características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias) de los ciudadanos, usuarios o interesados con los cuales interactúa una entidad, con el fin de agruparlos según atributos o variables similares.

**Caracterización de Grupos de Valor:** se refiere al conocimiento detallado de las necesidades y características de los usuarios, ciudadanos y grupos de ciudadanos que reciben directamente los servicios de la entidad, de forma tal que las actividades de diseño, rediseño, comunicación y mejoramiento de otros procedimientos administrativos (OPA) y servicios respondan a éstas.

CM-DE-FT-4/V2: 25-10-2023.



**Ciudadano:** El término «ciudadano» es el nombre dado para referirse al interlocutor(a) que por haber nacido o residir en una ciudad, es miembro de la comunidad organizada que le reconoce la cualidad para ser titular de los derechos y deberes propios de la ciudadanía, establecidos en la constitución y la ley frente a la administración pública del orden nacional o territorial quedando obligado, como ciudadano, a hacer que se cumplan.

**Grupos de Interés:** Individuos u organismos específicos que tienen un interés especial en la gestión y los resultados de las organizaciones públicas. Comprende, entre otros, instancias o espacios de participación ciudadana formales o informales.

**Grupos de Valor:** Personas naturales (ciudadanos) o jurídicas (organizaciones públicas o privadas) a quienes van dirigidos los bienes y servicios de una entidad.

**Habeas Data:** El derecho de hábeas data es aquel que tiene toda persona de conocer, actualizar y rectificar la información que se haya recogido sobre ella en archivos y bancos de datos de naturaleza pública o privada. El titular de la información es la persona natural o jurídica a quien se refiere la información que reposa en un banco de datos.

**Información:** De conformidad con la Ley 1712 de 2014 se refiere a un conjunto organizado de datos contenidos en cualquier documento que los sujetos obligados generen, obtengan, adquieran, transformen o controlen que adquieran significado para los grupos de interés de la Entidad Pública a los que va dirigido.

**Proceso:** Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, que utilizan las entradas para proporcionar un resultado previsto.

**Necesidad:** Aquello a lo cual es imposible sustraerse, faltar o resistir

**Expectativa:** Posibilidad razonable de que algo suceda.

**Requisito:** Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria

## CAPITULOS

La caracterización de ciudadanos, usuarios y partes interesadas apoya el cumplimiento de algunas de las principales disposiciones de la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional, Ley 1712 de 2014 y de su decreto reglamentario 1081 de 2015.

De acuerdo con los lineamientos establecidos en la guía del DAFP es la identificación de las particularidades de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés con los cuales interactúa cada una de las entidades de la administración pública, con el fin de segmentarlos en grupos que compartan atributos similares y a partir de allí gestionar acciones como:

- ✓ El diseño o adecuación de la oferta institucional.
- ✓ El establecimiento de una estrategia de implementación o mejora de canales de atención.
- ✓ El diseño de una estrategia de comunicación e información para la ciudadanía



- ✓ El diseño de una estrategia de rendición de cuentas que incluya acciones pertinentes en materia de información, diálogo e incentivos.
- ✓ El diseño e implementación de mecanismos de participación ciudadana en la gestión y en general.
- ✓ La adecuada implementación y evaluación de políticas públicas.

#### ✚ ¿Cuál es la necesidad de caracterizar a los usuarios?

El Club Militar busca identificar los temas sobre los cuales se debe hacer un mayor énfasis en el ejercicio de prestación de servicios y de rendición de cuentas; la caracterización de usuarios permite identificar los atributos, actitudes y preferencias que diferencian a cada grupo objetivo, permitiendo conocer su postura, decisiones y servicios para responder satisfactoriamente a la totalidad de sus requerimientos.

De igual forma la caracterización que ha de desarrollar la entidad, permite fortalecer las estrategias de comunicación de la entidad, estableciendo los canales y medios de comunicación idóneos para la interlocución de acuerdo con las particularidades socioculturales, tecnológicas y geográficas de los grupos identificados.

#### **Los beneficios de caracterizar son los siguientes:**

- ✓ Aumentar el conocimiento que la entidad tiene de sus usuarios.
- ✓ Diseño o adecuación de la oferta institucional.
- ✓ Desarrollar mecanismos y estrategias que permiten mejorar la comunicación entre la entidad y sus grupos de interés.
- ✓ Diseñar una estrategia de comunicaciones e información para la ciudadanía.
- ✓ Generar oportunidades de enfocar los servicios ofrecidos y las comunicaciones hacia aquellos usuarios que más lo requieren.
- ✓ Diseñar e implementar de mecanismos de participación ciudadana en la gestión.
- ✓ Planear e implementar estrategias orientadas hacia el mejoramiento de la relación usuario o grupo de interés.
- ✓ Generar una adecuada implementación y evaluación de políticas públicas.

### 1. ESTABLECER LAS VARIABLES DE CARACTERIZACIÓN

Las variables de caracterización de grupos de valor e intereses son elementos fundamentales para comprender las dinámicas y preferencias de distintos segmentos dentro de una población. Estas variables abarcan una amplia gama de aspectos, como demográficos, psicográficos y comportamentales. En el ámbito demográfico, se consideran factores como la edad, el género, la ubicación geográfica y el nivel socioeconómico.

Por otro lado, las variables psicográficas exploran aspectos más profundos, como las creencias, valores, actitudes y estilos de vida de los individuos. Además, las variables comportamentales se centran en los patrones de compra, uso de productos o servicios, y la respuesta a estrategias de marketing. La combinación y análisis de estas variables permiten una caracterización detallada de los grupos de valor e intereses, facilitando así la elaboración de estrategias personalizadas y efectivas.



## 1.1 Variables Geográficas Grupos de Valor e Interés

Grupos de Valor	Totalidad	Region Andina	Region Pacifico	Región Amazonas	Region Caribe	Región Orinoquia
Socios Honorarios- Activos- Efectivos- Afiliados	<b>18111</b>	14221	1313	12	2040	525
Mindefensa.	<b>01</b>	01	-	-	-	-
Consejo Directivo	<b>8</b>	8				
Dirección General	<b>1</b>	1				
Subdirección General	<b>1</b>	1				
Procesos	<b>12</b>	12	-	-	-	-
Funcionarios-Planta	<b>276</b>	276				

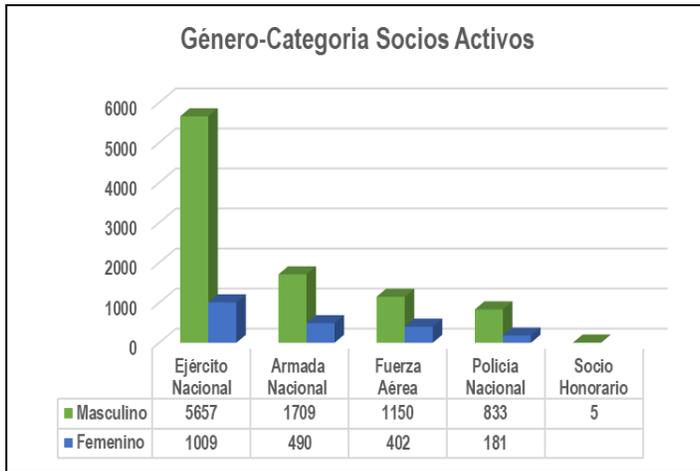


Grupos de Interés	Totalidad	Region Andina	Region Pacifico	Región Amazonas	Region Caribe	Región Orinoquia
Clubes FFMM – PONAL	<b>16</b>	13	-	-	3	-
FF.MM	<b>13</b>	10	-	-	3	-
PONAL	<b>3</b>	3	-	-	-	-
Entes de control	<b>9</b>	9	-	-	-	-
Clubes asociados (convenios canje)	<b>34</b>	18	5	-	10	1
Agremiaciones Sectoriales	<b>6</b>	6	-	-	-	-

## 1.2 Variables Demográficas Grupos De Valor e Interés

### 1.2.1 Variables Demográficas-Socios Activos

GRADOS Y GÉNERO																		
Fuerza	ST-TK		TE-TF		CT-TN		MY-CC		TC-CF		CR-CN		BG-CA		MG-VA		GR-AL	
	2383		1778		2252		2974		1242		678		100		21		8	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
<b>Ejército Nacional</b>	1106	446	843	232	1092	174	1657	98	565	34	344	21	41	3	9	1	0	-
<b>Armada Nacional</b>	343	147	255	97	348	112	386	86	216	39	126	6	25	3	8	-	2	-
<b>Fuerza Aérea</b>	191	80	211	73	255	113	250	87	138	41	84	5	17	3	3	-	1	-
<b>Policía Nacional</b>	37	33	49	18	129	29	348	62	185	24	77	15	8	-	-	-	0	-
<b>Socio Honorario</b>	5										M							
<b>Total</b>	1677	706	1358	420	1824	428	2641	333	1104	138	631	47	91	9	20	1	3	



 ➡ **9354**

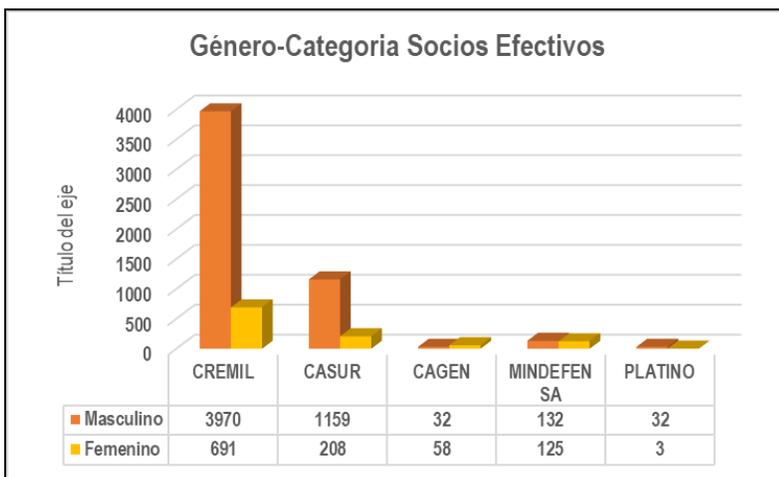
 ➡ **2082**

Fuente: Base de Datos ERP SEVEN a corte 31 de diciembre de 2023

## 1.2.2 Variables Demográficas-Socios Efectivos

GRADOS Y GÉNERO																		
	ST-TK		TE-TF		CT-TN		MY-CC		TC-CF		CR-CN		BG-CA		MG-VA		GR-AL	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
<b>CREMIL</b>	1	1	12	12	88	36	1101	236	1115	142	1415	223	94	19	119	19	25	3
<b>CASUR</b>	2	-	4	1	34	9	342	56	322	75	378	58	41	8	32	1	4	-
<b>CAGEN</b>	3	1	5	4	7	10	12	19	4	16	1	6	-	2	-	-	-	-
<b>MINDEFENSA</b>	12	4	32	12	38	28	35	41	8	19	6	17	1	4	-	-	-	-
<b>Total</b>	18	6	53	29	167	83	1490	352	1449	252	1800	304	136	33	151	20	29	3
<b>PLATINO</b>	32						H	3										M
<b>TOTAL</b>																		<b>6410</b>

Fuente: Base de Datos ERP SEVEN a corte 31 de diciembre de 2023



 ➡ **5325**

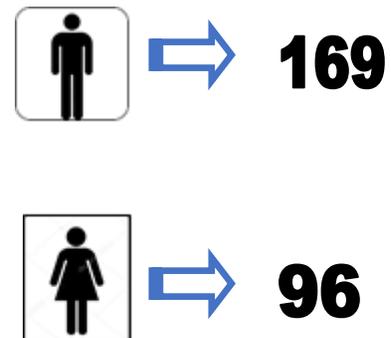
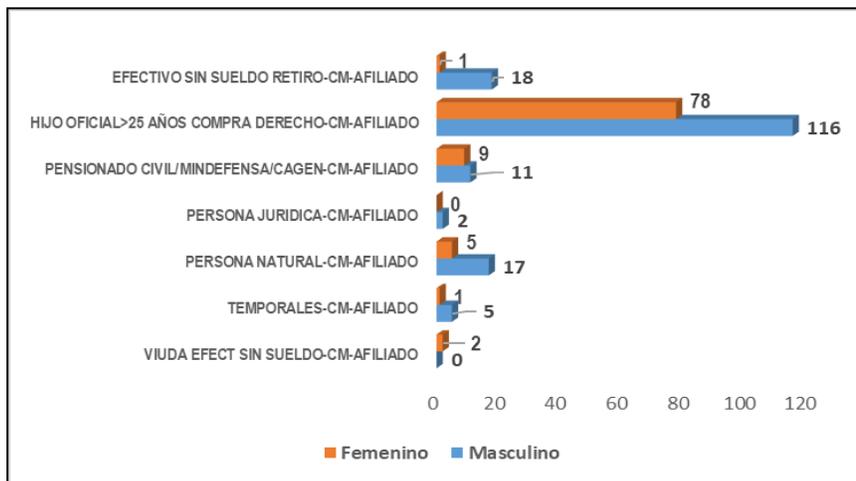
 ➡ **1085**



### 1.2.3 Variables Demográficas-Socios Afiliados

GRADOS Y GÉNERO		
Categoría	H	M
VIUDA EFECT SIN SUELDO-CM-AFILIADO	-	2
TEMPORALES-CM-AFILIADO	5	1
PERSONA NATURAL-CM-AFILIADO	17	5
PERSONA JURIDICA-CM-AFILIADO	2	-
PENSIONADO CIVIL/MINDEFENSA/CAGEN-CM-AFILIADO	11	9
HIJO OFICIAL>25 AÑOS COMPRA DERECHO-CM-AFILIADO	116	78
EFFECTIVO SIN SUELDO RETIRO-CM-AFILIADO	18	1
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>96</b>

Fuente: Base de Datos ERP SEVEN a corte 31 de diciembre de 2023



### 1.2.4 Variables Demográficas-Otras (Rango de Edad y Estado Civil)

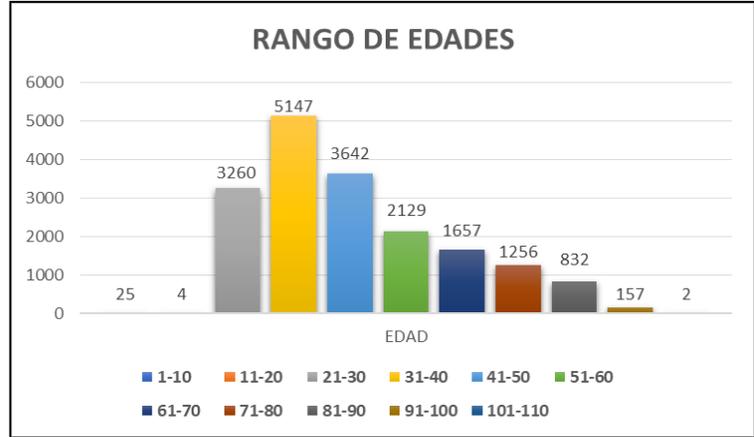
ESTADO CIVIL	CANTIDAD
Casado	13,500
Soltero	3,202
Divorciado	349
Unión libre	1,054
Viudo	6
<b>Total</b>	<b>18,111</b>





Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240606-092719-49fbb0-82260111  
2024-06-12T18:24:05:00 - Página 10 de 16

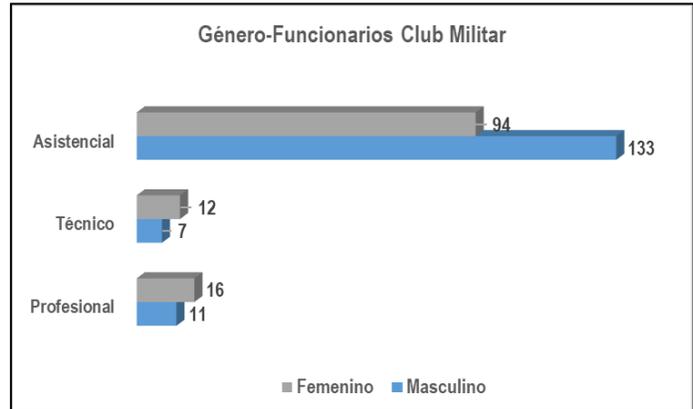
RANGO DE EDADES	EDAD
1-10	25
11-20	4
21-30	3260
31-40	5147
41-50	3642
51-60	2129
61-70	1657
71-80	1256
81-90	832
91-100	159
<b>TOTAL</b>	<b>18111</b>



### 1.2.5 Variables Demográficas-funcionarios de la entidad

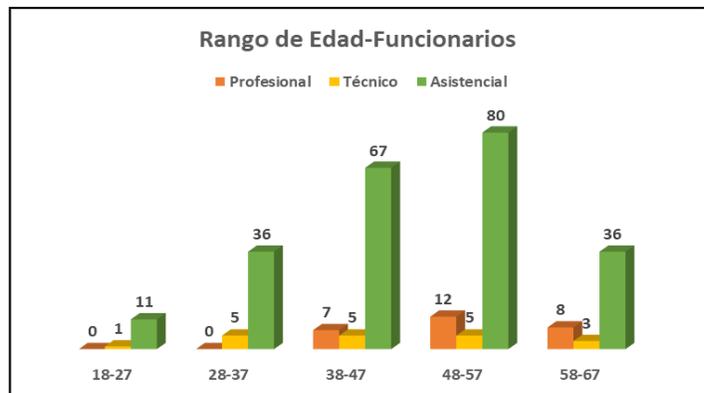
Empleo	Género		Discapacidad	Idioma
	H	M		
Profesional	11	16	0	Español
Técnico	7	12	0	Español
Asistencial	133	97	4	Español

Fuente: Base de Datos Funcionarios



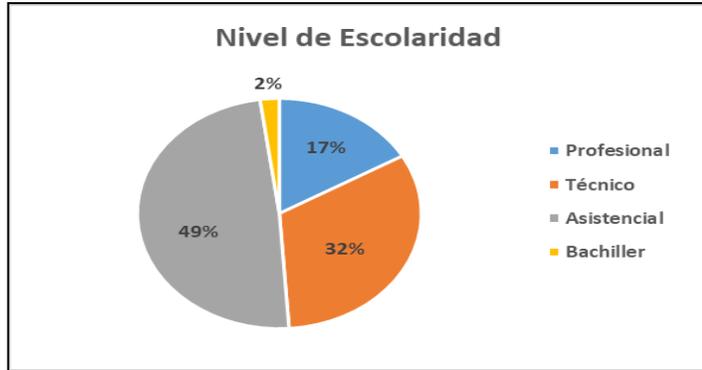
Rango de edad	Empleo		
	Profesional	Técnico	Asistencial
18-27	0	1	11
28-37	0	5	36
38-47	7	5	67
48-57	12	5	80
58-67	8	3	36

Fuente: Base de Datos Funcionarios





Nivel de escolaridad	
Profesional	46
Técnico	89
Bachiller	135
Primaria	6



### 1.2.6 Variables Demográficas Club con operación Comercial similar

	CLUB MILITAR	CLUB NAVAL ANTARES	CLUB NAVAL OFICIALES	CLUB POLICIA	CLUB DE OFICIALES DE LA FUERZA AEREA COLOMBIANA	CIRCULO SUBOFICIALES DE LAS FFMM
Tiempo de operación	67 años	80 años	80 años	-	71 años	61 años
Líneas de negocio	04	04	04	04	03	04
Cobertura	03 sedes 34 A. Nal 04 A. Int.	1 Sede	1 sede	02 sedes	03 sedes	04 sedes
Redes sociales	Facebook Instagram X YouTube	Facebook Instagram	Facebook Instagram	Facebook Instagram	Facebook Instagram	Facebook Instagram X YouTube

### 1.3 Variables Intrínsecas de los Grupos De Valor e Interés

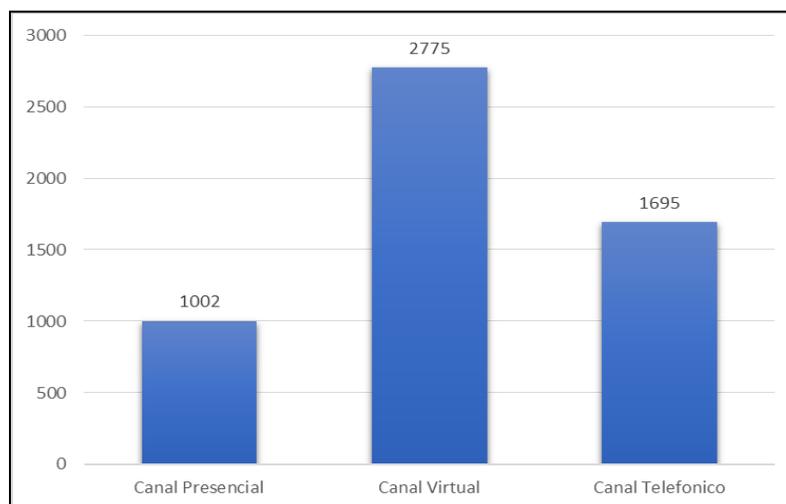
#### 1.3.1 Variables Intrínsecas Acceso y Usos de los Canales de Atención-PQRSD



Club Militar  
 Firmado Electrónicamente con AZSign  
 Acuerdo: 2024-06-06-09:27:19--49f660-82260111  
 2024-06-12T18:24:05:00 - Pagina 12 de 16

TIPOLOGIA			CANALES DE COMUNICACION						
			CANAL PRESENCIAL			CANAL TELEFÓNICO	CANAL VIRTUAL		
PQRSD RADICADAS	CANTIDAD	%	Buzón de Sugerencia	Formulario Radicación PQRSD	Ventanilla de Radicación	Telefónica	Correo Electrónico	Redes Sociales	Formulario Web PQRSD
PETICIÓN	4291	78%	0	18	54	1694	2436	6	83
QUEJA	104	2%	2	81	0	0	11	2	8
RECLAMO	368	7%	10	206	3	1	62	28	58
SUGERENCIA	182	3%	11	143	0	0	12	10	6
CONSULTA	0	0%	0	0	0	0	0	0	0
DENUNCIA	4	0.1%	0	1	0	0	3	0	0
FELICITACIÓN	484	9%	10	462	0	0	2	9	1
PETICION INCOMPLETA	2	0%	0	0	0	0	2	0	0
TRASLADO POR COMPETENCIA	37	1%	0	1	0	0	30	0	6
<b>TOTAL PQRSD</b>	<b>5472</b>	<b>100%</b>	<b>33</b>	<b>912</b>	<b>57</b>	<b>1695</b>	<b>2558</b>	<b>55</b>	<b>162</b>
			<b>1%</b>	<b>17%</b>	<b>1%</b>	<b>31%</b>	<b>47%</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>

Fuente: Matriz PQRSD vigencia 2023





Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240606-092719-49f860-82280111  
2024-06-12T18:24:05.00 - Página 13 de 16

## 2. DIVULGAR Y PUBLICAR LA INFORMACIÓN

La entidad realizará un proceso interno de divulgación de la información, para que los resultados sean conocidos por los procesos de la entidad, especialmente los que generan productos o servicios, y así facilitar y mejorar la toma de decisión y el diseño de intervenciones. Los resultados deberán publicarse anualmente como dato abierto, con el fin de que cualquier usuario pueda utilizar dicha información, para el desarrollo de sus procesos o requerimientos.

El documento de caracterización de grupos de valor y partes interesadas se publicará en el sitio web para conocimiento de la ciudadanía y se incluirá como insumo para:

- ✓ La formulación de los instrumentos de planeación estratégica y operativa.
- ✓ Definir las estrategias de servicio al ciudadano, rendición de cuentas, trámites y participación ciudadana en la gestión.
- ✓ La definición de criterios de accesibilidad y usabilidad de los canales físicos y virtuales usados para la atención al ciudadano, de los sistemas de información con los que interactúa el ciudadano y de la divulgación de información.
- ✓ La definición de las estrategias de uso y apropiación de Tecnologías de la Información (TI)
- ✓ La definición de indicadores que midan las características y preferencias de los ciudadanos

### DOCUMENTOS DE APOYO

Guía para la caracterización de usuarios de entidades públicas-Departamento Nacional de Planeación  
CM-DET-PO-10-Política de Participación Ciudadana 2023  
CM-DET-PO\_03-Política de Racionalización De Trámites 2024

### ANEXOS

No aplica

### CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha del cambio	Descripción de la modificación
1	01/11/2022	Creación de documento con el fin de establecer y dar cumplimiento a los lineamientos y protocolos del Servicio y Atención Incluyente
2	06/06/2024	Actualización de codificación y contenido del documento



**VALIDACIÓN DE FIRMAS**

	<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>
<b>ELABORO:</b>	Yenni Patricia Peñaloza Rodriguez	Profesional de Defensa-Área de Atención al Ciudadano.
<b>REVISO:</b>	Yudyett Astrid Pulido Guevara	Sistemas Integrados de Gestión – OAP.
<b>APROBO:</b>	Teniente Coronel (RA) Jorge Elmer Calderón Bermúdez	Coordinador Grupo Misional Atención Integral al Socio
<b>FIRMANTE</b>	Coronel John Fredy Ubaque Rodríguez	Subdirector General del Club Militar


 Firmado Electrónicamente con AZSign  
 Acuerdo: 20240606-092719-49f660-82280111  
 2024-06-12T18:24:05:00 - Página 14 de 16

# REGISTRO DE FIRMAS ELECTRONICAS

CM-DET-IG04-GUIA DE CARACTERIZACION GRUPOS DE VALOR E INTERES

**Club Militar**  
gestionado por: [azsign.com.co](http://azsign.com.co)



Escanee el código para verificación

Id Acuerdo: 20240606-092719-49fb60-82260111

Creación: 2024-06-06 09:27:19

Estado: Finalizado

Finalización: 2024-06-12 18:24:18

**Firma: SUBDIRECCIÓN GENERAL**

CORONEL JOHN FREDY UBAQUE RODRÍGUEZ

1111

[asistentesubdireccion@clubmilitar.gov.co](mailto:asistentesubdireccion@clubmilitar.gov.co)

Subdirector General

**Aprobación: COORDINACIÓN GRUPO MISIONAL ATENCIÓN INTEGRAL AL SOCIO**

Jorge Elmer Calderon

4466045

[jecalderon@clubmilitar.gov.co](mailto:jecalderon@clubmilitar.gov.co)

Coordinador grupo Misional Socios

Club Militar

**Revisión: SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN**

Yudyett Pulido

52915896

[yapulido@clubmilitar.gov.co](mailto:yapulido@clubmilitar.gov.co)

**Elaboración: AREA DE ATENCIÓN AL CIUDADANO**

YENNI PATRICIA PEÑALOZA RODRIGUEZ

39582039

[ypenalosa@clubmilitar.gov.co](mailto:ypenalosa@clubmilitar.gov.co)





## REPORTE DE TRAZABILIDAD

CM-DET-IG04-GUIA DE CARACTERIZACION GRUPOS DE VALOR E INTERES

**Club Militar**  
gestionado por: [azsign.com.co](http://azsign.com.co)



Id Acuerdo: 20240606-092719-49fb60-82260111

Creación: 2024-06-06 09:27:19

Estado: Finalizado

Finalización: 2024-06-12 18:24:18

Escanee el código para verificación

TRAMITE	PARTICIPANTE	ESTADO	ENVIO, LECTURA Y RESPUESTA
Elaboración	YENNI PATRICIA PEÑALOZA RODRIGUEZ ypenaloz@clubmilitar.gov.co	Aprobado	Env.: 2024-06-06 09:27:20 Lec.: 2024-06-06 09:27:33 Res.: 2024-06-06 09:27:45 IP Res.: 200.91.222.50
Revisión	Yudyett Pulido yapulido@clubmilitar.gov.co	Aprobado	Env.: 2024-06-06 09:27:45 Lec.: 2024-06-06 09:28:49 Res.: 2024-06-06 09:29:18 IP Res.: 200.91.222.50
Aprobación	Jorge Elmer Calderon jecalderon@clubmilitar.gov.co Coordinador grupo Misional Socios Club Militar	Aprobado	Env.: 2024-06-06 09:29:18 Lec.: 2024-06-06 12:20:18 Res.: 2024-06-06 12:20:33 IP Res.: 200.91.249.34
Firma	CORONEL JOHN FREDY UBAQUE RODRÍGUEZ asistentesubdireccion@clubmilitar.gov.co Subdirector General	Aprobado	Env.: 2024-06-06 12:20:33 Lec.: 2024-06-07 13:27:05 Res.: 2024-06-12 18:24:18 IP Res.: 200.91.249.34