



POLÍTICA EDITORIAL Y DE COMUNICACIONES CLUB MILITAR



Club Militar
¡Actitud, Perseverancia y Pasión!
Firmado Electrónicamente con AZSign
Acuerdo: 20240813-095653-c39e0-41394316
2024-08-19T19:17:22-05:00 - Página 2 de 14

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
POLÍTICA EDITORIAL Y DE COMUNICACIONES	4
OBJETIVO GENERAL	4
ALCANCE DE LA POLÍTICA	4
GLOSARIO	4
NORMATIVIDAD.....	5
NIVELES DE AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD DE LA POLÍTICA	6
CRITERIOS DE APLICACIÓN	7
DATOS ABIERTOS.....	9
POLITICAS DE PRIVACIDAD Y CONDICIONES DE USO	10
PROTECCION DE DATOS.....	10
SEGUIMIENTO Y EVALUACION.....	10
DOCUMENTOS DE APOYO.....	11
CONTROL DE CAMBIOS	11
VALIDACIÓN DE FIRMAS	11



INTRODUCCIÓN

En concordancia con la definición de lo que es una Política Editorial del Club Militar define un conjunto de principios que deben servir de guía en el manejo de las comunicaciones externas e internas del Club Militar, en el entendido de que, sin un proceso de comunicación e información estructurado y serio, que guarde completa relación con la misión, visión y objetivos del Club Militar, cualquier desarrollo administrativo, financiero, de servicios u otra índole, quedará incompleto.

La Política Editorial del Club Militar establece las directrices para el contenido, publicación y divulgación en los diferentes medios que maneja la entidad, lo cual permitirá optimizar el mensaje en relación con su misión.

POLÍTICA EDITORIAL Y DE COMUNICACIONES

La política editorial de los medios de comunicación del Club Militar es única y tiene que ver con una información veraz, oportuna y de interés para los socios y la opinión pública que quiera conocer sobre la entidad.

La información emitida a través de la Página web, de las redes sociales del Club y de los medios internos, estará sustentada en hechos reales y fuentes fidedignas. La página, redes sociales y medios internos de comunicación del Club Militar son de carácter informativo exclusivamente. El Editorial del Club será el único espacio de opinión, tanto en la página como en las redes sociales.

El Director General o Subdirector General del Club Militar podrán expedir comunicados o boletines de prensa, para informar, explicar, aclarar o responder asuntos relacionados con la entidad, razón por la cual Los medios de comunicación del Club Militar deberán actualizarse permanentemente en función de las actividades, servicios, novedades e informaciones institucionales de interés para los socios.

OBJETIVO GENERAL

Determinar los lineamientos de contenido editorial, publicación y divulgación en los medios que maneja la Entidad, como página web y redes sociales, esto con el fin de garantizar la adecuada y oportuna generación y actualización de la información en cada una de sus secciones y niveles, conservando su homogeneidad en diseño y estructura.

ALCANCE DE LA POLÍTICA

Tiene como objetivo definir los lineamientos para el manejo de las comunicaciones externas e internas del Club Militar, en el entendido de que, sin un proceso de comunicación e información adecuado entre la entidad y sus socios, y de ésta con sus colaboradores, cualquier desarrollo administrativo, financiero, de servicios u otra índole, quedará incompleto.

GLOSARIO

Accesibilidad. Es una característica deseable en las páginas web e interfaces gráficas de los sistemas de información que consiste en la posibilidad que tiene un usuario de acceder a un sitio web y navegar en él, sin importar que cuente con algún tipo de discapacidad.

Campañas de comunicación: información que se produce para una campaña específica en un momento determinado y que puede ser gráfica, textual o multimedia (ej.: videos, piezas gráficas)

Ciudadano/usuario. Persona natural o jurídica que utiliza los servicios de la entidad.





Contenidos: hace referencia a los textos, imágenes, archivos pdf, archivos descargables de office, archivos de video, archivos de audio, formatos y demás elementos que se publiquen en cualquiera de las secciones o sub-portales del sitio web.

Datos abiertos: son todos aquellos datos primarios o sin procesar, que se encuentran en formatos estándar e interoperables que facilitan su acceso y reutilización, los cuales están bajo la custodia de las entidades públicas o privadas que cumplen con funciones públicas y que son puestos a disposición de cualquier ciudadano, de forma libre y sin restricciones, con el fin de que terceros puedan reutilizarlos y crear servicios derivados de los mismos.

Disponibilidad de la información. Se refiere a la seguridad que la información puede ser recuperada en el momento que se necesite, esto es, evitar su pérdida o bloqueo, bien sea por ataque doloso, mala operación accidental o situaciones fortuitas o de fuerza mayor.

Gobierno digital: estrategia por medio de la cual se busca contribuir con la construcción de un estado más eficiente, más transparente y participativo, que preste mejores servicios a los ciudadanos a través del aprovechamiento de las tecnologías de la información.

Información pública. Es toda información que un sujeto obligado genere, obtenga, adquiera, o controle en su calidad de tal, la cual puede ser publicada, por no ser clasificada, reservada o confidencial, ésta debe ser publicada de forma proactiva.

Información pública reservada. Es aquella información que estando en poder o custodia de un sujeto obligado en su calidad de tal, es exceptuada de acceso a la ciudadanía por daño a intereses públicos.

Portal web: se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos.

Racionalizar: organizar los trámites, procesos y procedimientos de tal manera que se reduzcan a su mínima expresión, con el menor esfuerzo y costo para el ciudadano, a través de estrategias efectivas de simplificación, estandarización, mejoramiento continuo, supresión y automatización de los mismos.

Redes sociales: sitios de internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común y que permiten el contacto entre estos, con el objetivo de comunicarse e intercambiar información.

Registro de activos de información. Inventario de la información pública que las entidades públicas generan, obtienen, adquieren, transforman o controlan, en su calidad de tal.

Servicio en línea: servicio que puede ser prestado por medios electrónicos a través del portal de una entidad.

Usabilidad. Es un anglicismo que significa facilidad de uso. Desde la norma iso 9241-11 (1998), usabilidad se define como “el grado en que un producto puede ser usado por determinados usuarios para lograr sus propósitos con eficacia, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso específico.

NORMATIVIDAD

1. Constitución Política De Colombia (Artículo 20): se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación... no habrá censura.

2. Ley 1242 de 2009, "Por medio de la cual se modifica el "Código Penal", se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado "de la protección de la información y de los datos" y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones".
3. Ley 23 de 1982 "Sobre derechos de autor"
4. Ley 1581 de 2012 "Por el cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales"
5. Ley 1712 de 2014. Que crea la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
6. Decreto 1151 de 2008 " Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea de la República de Colombia, se reglamenta parcialmente la Ley 962 de 2005 y se dictan otras disposiciones".
7. Decreto 1078 de 2015 "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y Comunicaciones – Título 9, Capítulo 1 Estrategia de Gobierno en Línea"
8. Decreto 1008 del 14 de junio de 2018, que establece la Política de Gobierno Digital
9. Directiva Presidencial N°. 2 de 2000. Por la cual se regula la implementación de Gobierno en Línea.
10. Directiva Presidencial No. 04 de 2012 Eficiencia administrativa y lineamientos de la política cero papel en la administración pública
11. Directiva Presidencial N°. 5 de 2014. Directrices para el manejo de imagen, mensajes y publicaciones por parte de las entidades públicas del orden nacional
12. Norma Técnica Colombiana-NTC 5854- Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos de accesibilidad que se deben implementar en las páginas web en los niveles de conformidad A, AA y AAA.
13. Manual de Gobierno Digital- Manual para la implementación de la Política de Gobierno Digital dirigido a entidades públicas nacionales y territoriales.

NIVELES DE AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD DE LA POLÍTICA

La Dirección General y la Subdirección General son quienes definen las pautas publicitarias.

Responsabilidades del área de Comunicaciones

- Producir y difundir noticias e informaciones de las actividades que se realizan en el Club para los socios y sus beneficiarios; así como de las decisiones que adoptan los directivos para el cumplimiento de la misión y objetivos de la entidad.
- Publicar de manera oportuna la información en la página web y redes sociales del Club, hacer un buen uso del lenguaje
- Asignar los permisos de los web locales.
- Renovar el banner y las piezas gráficas que se utilizan en la página web.



CRITERIOS DE APLICACIÓN

Debido a las características de los medios electrónicos, relacionadas especialmente con el hecho de que los contenidos se pueden diseminar de forma rápida a un gran número de personas, se ha definido una política editorial que establece las características que debe considerar la Entidad al momento de publicar contenidos generales en canales de comunicación. Esta política editorial deberá complementarse con las indicaciones que señalen el Departamento Administrativo de la Función Pública y el Departamento Nacional de Planeación - en el marco de la iniciativa de "Lenguaje Ciudadano"- y del Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano.

• LINEAMIENTOS DE LOS CONTENIDOS

- Los contenidos deben ser entendibles, agradables y de fácil uso

- **Los contenidos deben ser claros, precisos y de lenguaje sencillo.** No debe dejar dudas sobre el mensaje que se desea transmitir. Se debe tener en cuenta que serán utilizados por personas de diferentes niveles de educación y de diferentes regiones del país.
- **No se deben usar abreviaturas.** Si se necesita utilizar abreviaturas, éstas deben ir referenciadas después de que son utilizadas por primera vez, entre paréntesis, inmediatamente después del texto al que hacen referencia.
- No se deben usar siglas sin que al pie se especifique qué significan
- **No se deben usar tecnicismos.** Si es estrictamente necesario utilizarlos, se debe explicar el significado del mismo inmediatamente después de que es utilizado por primera vez, incluyendo la explicación dentro de paréntesis.
- **No se deben utilizar términos en idiomas extranjeros.** Cuando se hace necesario su uso, estos términos deben presentarse de forma que se diferencien del resto (escribiendo el término en caracteres itálicos) y deben ser explicados inmediatamente después de la primera vez que son utilizados.
- En las fechas, no se deben utilizar abreviaturas para el nombre del mes.
- Se deben seguir las reglas sintácticas, gramaticales y ortográficas del idioma español.

- Los contenidos deben ser vigentes, relevantes, verificables y completos

- Los contenidos publicados deben ser vigentes, relevantes, verificables, completos, que genere algún beneficio a los ciudadanos y que no dé lugar a interpretaciones erradas. De igual forma, se debe evitar cualquier tipo de distorsión o interpretación tendenciosa de la información que va a ser publicada en medios electrónicos.
- Ofrecer sólo aquellos contenidos que se tenga completa seguridad en términos de veracidad de los mismos. En caso de ofrecer contenidos tomados de un tercero ajeno a la Entidad, se debe incluir la fuente de donde fueron tomados.
- Cuando se publique información en forma de artículos, la información debe provenir de fuentes totalmente confiables. Si la fuente no es totalmente confiable o si no se tiene certeza de la fuente de donde proviene, la información debe ser corroborada al menos con tres (3) fuentes adicionales, identificando las fuentes al final del artículo.
- Cuando se publique información en archivos para descargar, se debe indicar la fecha de publicación o de su última actualización.
- Las imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico que se utilice, deben estar acordes con los textos. Cuando este tipo de material sufre algún tipo de tratamiento técnico (ejemplo: montajes, composición,



transparencias, etc.), se debe indicar claramente en el pie del material que éste ha sido tratado y ha sufrido modificaciones de su versión original.

- Antes de ofrecer los contenidos, se debe validar la vigencia y calidad de los mismos
 - **Los contenidos no deben ser ofensivos ni discriminatorios**
- Los contenidos provistos de ninguna forma pueden ser considerados como ofensivos, sexistas, racistas, discriminatorios, obscenos, en la medida que estos contenidos ofensivos atentan contra derechos fundamentales de los particulares.
- En todo momento se debe tener presente que se trata de la imagen del Estado.
- Se debe evitar todo tipo de estereotipos por raza, género, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social.
- Los contenidos que se provean no deben reflejar los intereses, deseos, gustos ni ningún otro tipo de tendencia de sectores en particular. Igualmente, no deben reflejar posiciones políticas, religiosas, económicas ni de ninguna otra índole, que puedan indicar preferencias con grupos específicos.
- No se deben utilizar regionalismos o frases coloquiales que son de uso común en algún lugar del país pero que en otras regiones pueden ser consideradas ofensivas.
- **Los contenidos deben mantener la privacidad**
- No se deben ofrecer contenidos que revelen aspectos confidenciales de las personas o entidades, que afecten el buen nombre o que puedan generar efectos legales adversos a las entidades que publiquen la información. Es importante en este punto tener claros conceptos jurídicos tales como indagatorias, llamado a juicio o demás, que de una u otra forma están afectando la condición jurídica de las personas o las instituciones.
- No se deben ofrecer contenidos de procesos sancionatorios en trámite, en la medida en que los mismos pueden estar reservados conforme a la ley. En el caso de antecedentes penales o disciplinarios, sólo se ofrecerán contenidos cuando se trate de antecedentes definitivos, en los casos en que aplique, se deberán mantener actualizados y se excluirán nombres de las personas cuando los antecedentes dejen de tener vigencia.
- En los casos en que se solicite información de los particulares, se aclarará que la misma sólo será utilizada para los fines para los cuales se solicita la información y que no será divulgada a terceros sin consentimiento de quien suministra la información, salvo en los casos previstos por la ley colombiana.
- **Los contenidos deben observar el derecho de autor de propiedad intelectual**
- Las obras protegidas por el derecho de autor que se encuentren dentro de los sitios web hacen parte del patrimonio de la Entidad y por lo tanto son considerados bienes fiscales, razón por la cual su utilización debe estar expresamente autorizada y así mismo se debe informar claramente al ciudadano qué puede hacer y qué no, con el material alojado.
- Si una Entidad pública desea hacer uso (reproducción, transformación, o puesta a disposición) de materiales y obras protegidas por el derecho de autor, debe cerciorarse de contar con la debida autorización del titular de los derechos sobre dicho material.
- La protección del derecho de autor se aplica sobre los textos, imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico, sonoro o visual y los programas informáticos y bases de datos
- Cualquier material de este tipo que sea tomado de alguna fuente externa a la Entidad debe ser considerado como una cita textual, por lo cual debe ir entre comillas dobles (“...”) y se debe incluir la referencia del lugar donde fue tomada la cita, con al menos, los siguientes datos: autor(es), libro u otra fuente del cual fue tomada, fecha de publicación.



- La protección de los derechos de propiedad intelectual y propiedad industrial se observarán en lo relativo a marcas, nombres comerciales, logos, enseñas, lemas, nombres de dominio, secretos empresariales, saber-hacer, diseños industriales, patentes, modelos de utilidad y derecho de autor.
- En caso que se detecten errores, omisiones, malas interpretaciones o cualquier situación en la que el contenido quede en duda, se debe corregir esta información de la manera más diligente.
- El desconocimiento de las normas vigentes en materia de derechos de autor, derechos de propiedad intelectual y de propiedad industrial puede generar acciones civiles o penales

- **Manejo de redes sociales**

- El Community Manager del área de Comunicaciones será el encargado de alimentar los canales de redes sociales de la Entidad según la estrategia de comunicación definida o cada vez que sea necesario.
- Las áreas que estén interesadas en publicar en estos canales algún tipo de información, deberán enviar la información al área de Comunicaciones.
- Actualmente el Club Militar cuenta con canales en Redes Sociales (RRSS) como Facebook, X, Instagram, TikTok, Threads y YouTube.
- Ningún funcionario a título personal o área pueden hacer publicaciones de contenidos en los canales en RRSS de la Entidad. Toda la información debe ser administrada y publicada por el área de Comunicaciones.

DATOS ABIERTOS

De acuerdo al principio de máxima publicidad establecido en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública artículo 2, Ley 1712 de 2014 “toda información en posesión, bajo control o custodia de un sujeto obligado es pública y no podrá ser reservada o limitada sino por disposición constitucional o legal, de conformidad con la presente Ley” debiéndose tener en cuenta la Ley de Protección de Datos Personales, así como otras normas complementarias relacionadas a la materia. En consecuencia, toda aquella información contenida en las bases de datos de la Entidad es de carácter pública y como tal, debe ser puesta a disposición de la ciudadanía como Datos Abiertos. Aquella información que aún no haya sido dispuesta por la ciudadanía, podrá ser solicitada usando los canales oficiales dispuestos por la Entidad.

En cumplimiento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley 1712 de 2014) los contenidos publicados en la Página Web, deben estar relacionados en el “Esquema de Publicación”, el cual corresponde a una de las herramientas archivísticas que dispone la ley en la que relacionan todos los informes y demás que el Club Militar pone a disposición de la ciudadanía de manera proactiva y pública y que se publica en el portal y en el sitio de datos abiertos del estado colombiano.

La Entidad a través de la publicación de datos abiertos se acercan a la ciudadanía, demuestra su gestión y mejora sus procesos de atención al ciudadano. Se obtiene de forma sencilla y abierta información para planear e implementar políticas públicas de forma integral. Los datos abiertos deberán ser publicados en el sitio web de manera gratuita, accesibles al público, dispuestos en formatos que permiten su uso, reutilización y aprovechamiento sin restricciones legales y bajo licencia abierta.





POLITICAS DE PRIVACIDAD Y CONDICIONES DE USO

El Club Militar tiene a disposición en la parte inferior de la página principal del sitio web www.clubmilitar.gov.co la Política de Privacidad y Condiciones de Uso, la cual contiene los siguientes ítems:

- Política de confidencialidad básica
- Divulgación de información a terceros
- Recopilación y uso de información
- Ubicación de información identificable
- Cookies
- Sitios Web de terceros
- Cambios en nuestra Política de Privacidad
- Seguridad del sitio Web.

PROTECCION DE DATOS

En cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 y su decreto reglamentario 1377 de 2013, el Club Militar es responsable y encargada del tratamiento de datos personales garantizando la confidencialidad de estos en su recolección, administración y protección de la información recibida a través de las diferentes medios y herramientas dispuestas para tal fin, los datos serán utilizados para la difusión de información acorde a la misión de la Entidad y no para fines comerciales. Lo anterior se encuentra contemplado en Política de Privacidad y Condiciones de Uso mencionada en el ítem anterior del presente documento.

Cuando se trata de datos personales -cuya recolección y tratamiento requieren previo consentimiento informado de los titulares de los datos- es preciso que la Entidad recabe este consentimiento a través de medios sencillos, claros y gratuitos para el socio. Además, deberá obtener el consentimiento de los titulares de los datos y guardar la prueba de la existencia de este consentimiento, o su negativa.

SEGUIMIENTO Y EVALUACION

La evaluación corresponde al conjunto de lineamientos y mecanismos ideados para garantizar la calidad e idoneidad de la publicación.

El área de Comunicaciones ha dispuesto mecanismos sencillos de evaluación que permiten conocer los niveles de satisfacción de los usuarios en las redes sociales y en la página web de la Entidad.

Usando la herramienta Google Analytics, el Club evaluará, de forma regular, su página Web, conociendo cuáles son los sitios más visitados, y cuáles son los botones que reciben más y menos clicks por parte de los usuarios con el fin de publicar contenidos que se quieran resaltar de forma estratégica.

La Oficina de Control Interno verificará el cumplimiento de la política editorial en los contenidos publicados en la página web y redes sociales.

DOCUMENTOS DE APOYO

- Manual de Comunicaciones.

CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA DEL CAMBIO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTUALIZACIÓN
1	22-10-2021	Creación del documento.
2	05-08-2024	Se ajusta validación de firmas tenido en cuenta flujo de AZ Digital, Se actualiza presentación y se diseña tabla de contenido del documento.

VALIDACIÓN DE FIRMAS

	NOMBRE	CARGO
ELABORO:	Mónica Isabel Arévalo Cardozo	Community Manager
REVISO:	Yudyett Astrid Pulido Guevara	Sistemas Integrados de Gestión – OAP.
APROBO:	Teniente Coronel (R) Jorge Élmer Calderón Bermúdez	Grupo de Gestión del Socio
	CN (R) David Tadeo Piña Sabahg	Jefe Oficina Asesora de Planeación
	Edgardo Muñoz Chegwin	Jefe Oficina Asesora Jurídica.
	Coronel John Fredy Ubaque Rodríguez	Subdirector General del Club Militar.
FIRMANTE	Contralmirante Javier Alfonso Jaimes Pinilla	Director General del Club Militar. (E)



REGISTRO DE FIRMAS ELECTRONICAS

POLÍTICA EDITORIAL Y DE COMUNICACIONES CLUB MILITAR FINAL

Club Militar
gestionado por: azsign.com.co



Escanee el código para verificación

Id Acuerdo: 20240813-095633-c39ba0-41394316

Creación: 2024-08-13 09:56:33

Estado: Finalizado

Finalización: 2024-08-19 19:17:21

Aprobación: JEFE OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

CN(RA) DAVID PINA SABAHG

72135451

dsabahg@clubmilitar.gov.co

Coordinador Grupo Gestión Administrativa
CLUB MILITAR

Aprobación: GRUPO MISIONAL ATENCIÓN INTEGRAL AL SOCIO

Jorge Elmer Calderon

4466045

jecalderon@clubmilitar.gov.co

Coordinador grupo Misional Socios
Club Militar

Revisión: SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN - OAP

Yudyett Pulido

52915896

yapulido@clubmilitar.gov.co

Elaboración: COMMUNITY MANAGER

Mónica Isabel Arévalo Cardozo

51813416

marevalo@clubmilitar.gov.co

Community Manager
Club Militar



REGISTRO DE FIRMAS ELECTRONICAS

POLÍTICA EDITORIAL Y DE COMUNICACIONES CLUB MILITAR FINAL

Club Militar
gestionado por: azsign.com.co



Escanee el código para verificación

Id Acuerdo: 20240813-095633-c39ba0-41394316

Creación: 2024-08-13 09:56:33

Estado: Finalizado

Finalización: 2024-08-19 19:17:21

Firma: DIRECTOR GENERAL DEL CLUB MILITAR (E)

Contralmirante Javier Alfonso Jaimes Pinilla
72170207

asistentedireccion@clubmilitar.gov.co

Director General (E)
Club Militar

Aprobación: SUBDIRECCIÓN GENERAL DEL CLUB MILITAR

CORONEL JOHN FREDY UBAQUE RODRÍGUEZ
1111

asistentesubdireccion@clubmilitar.gov.co

Subdirector General

Aprobación: JEFE OFICINA ASESORA JURÍDICA

Edgardo Muñoz Chegwin
79408386

emunoz@clubmilitar.gov.co

Jefe Oficina Asesora Jurídica
CLUB MILITAR



REPORTE DE TRAZABILIDAD

POLÍTICA EDITORIAL Y DE COMUNICACIONES CLUB MILITAR FINAL

Club Militar
gestionado por: azsign.com.co



Escanee el código para verificación

Id Acuerdo: 20240813-095633-c39ba0-41394316

Creación: 2024-08-13 09:56:33

Estado: Finalizado

Finalización: 2024-08-19 19:17:21

TRAMITE	PARTICIPANTE	ESTADO	ENVIO, LECTURA Y RESPUESTA
Elaboración	Mónica Isabel Arévalo Cardozo marevalo@clubmilitar.gov.co Community Manager Club Militar	Aprobado	Env.: 2024-08-13 09:56:34 Lec.: 2024-08-13 10:04:31 Res.: 2024-08-13 10:04:45 IP Res.: 186.154.33.79
Revisión	Yudyett Pulido yapulido@clubmilitar.gov.co	Aprobado	Env.: 2024-08-13 10:04:45 Lec.: 2024-08-13 11:24:35 Res.: 2024-08-13 11:24:58 IP Res.: 200.91.222.50
Aprobación	Jorge Elmer Calderon jecalderon@clubmilitar.gov.co Coordinador grupo Misional Socios Club Militar	Aprobado	Env.: 2024-08-13 11:24:58 Lec.: 2024-08-13 11:45:01 Res.: 2024-08-13 11:45:09 IP Res.: 200.91.222.50
Aprobación	CN(RA) DAVID PIÑA SABAHG dsabahg@clubmilitar.gov.co Coordinador Grupo Gestión Administrativa CLUB MILITAR	Aprobado	Env.: 2024-08-13 11:45:09 Lec.: 2024-08-13 11:45:57 Res.: 2024-08-15 10:13:21 IP Res.: 200.91.222.50
Aprobación	Edgardo Muñoz Chegwin emunoz@clubmilitar.gov.co Jefe Oficina Asesora Jurídica CLUB MILITAR	Aprobado	Env.: 2024-08-15 10:13:21 Lec.: 2024-08-15 10:30:23 Res.: 2024-08-15 10:31:07 IP Res.: 200.91.222.50
Aprobación	CORONEL JOHN FREDY UBAQUE RODRÍGUEZ asistentesubdireccion@clubmilitar.gov.co Subdirector General	Aprobado	Env.: 2024-08-15 10:31:07 Lec.: 2024-08-15 10:36:05 Res.: 2024-08-15 12:27:44 IP Res.: 200.91.249.34
Firma	Contralmirante Javier Alfonso Jaimes asistentedireccion@clubmilitar.gov.co Director General (E) Club Militar	Aprobado	Env.: 2024-08-15 12:27:44 Lec.: 2024-08-15 14:39:04 Res.: 2024-08-19 19:17:21 IP Res.: 186.154.37.204



Club Militar
Actual, Prevencivo y Pasivo

Firmado Electrónicamente con AZSign
Acuerdo: 20240813-095633-c39ba0-41394316
2024-08-19T19:17:22-05:00 - Página 14 de 14