



CARACTERIZACIÓN GRUPOS DE VALOR E INTERÉS DEL CLUB MILITAR



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
OBJETIVO.....	3
OBJETIVO ESPECIFICOS.....	3
ALCANCE.....	4
NORMATIVIDAD.....	4
GLOSARIO.....	4
CAPITULOS.....	6
DOCUMENTOS DE APOYO.....	14
ANEXOS.....	14
CONTROL DE CAMBIOS.....	15
VALIDACIÓN DE FIRMAS.....	15

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.
- ✓ Mejorar la interacción con los grupos de valor y grupos de interés
- ✓ Impulsar la Política de Innovación y Conocimiento del Club Militar.
- ✓ Adaptación a cambios del mercado.





- ✓ Optimizar la experiencia de atención.
- ✓ Diseñar estrategias de comunicación e información que den respuesta a las necesidades de la ciudadanía y demás grupos de interés.

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. La actualización se realizará anualmente.

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.

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.

Datos: Son producto de mediciones, se representan mediante números (cantidades) y se deben analizar con métodos estadísticos

Expectativa: Posibilidad razonable de que algo suceda.

Enfoque Poblacional-diferencial: Es el reconocimiento de las particularidades sociales, culturales etc., de la población vulnerable con el fin de generar acciones diferenciales.

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 adquieren significado para los grupos de interés de la Entidad Pública a los que va dirigido.

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

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

Requisito: Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria

Segmento: Cada uno de los grupos homogéneos diferenciados a los que se dirige la política de una entidad.

Variables: La recolección de los datos se fundamenta en la medición de las variables para caracterizar a los grupos de valor, posterior a la segmentación

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.





Firmado Electrónicamente con AZSign
Acuerdo: 20250407-162520-8d95c1-64227614
2025-04-07T16:50:13-05:00 - Página 7 de 17

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.

2. ANALISIS DE RESULTADOS

2.1 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	18079	15360	1078	120	1098	423
Mindefensa.	01	01	-	-	-	-
Consejo Directivo	8	8				
Dirección General	1	1				
Subdirección General	1	1				
Procesos	12	12	-	-	-	-
Funcionarios- Planta						



Grupos de Interés	Totalidad	Region Andina	Region Pacifico	Región Amazonas	Region Caribe	Región Orinoquia
Clubes FFMM – PONAL	16	13	-	-	3	-
FF.MM	13	10	-	-	3	-
PONAL	3	3	-	-	-	-
Entes de control	9	9	-	-	-	-
Clubes asociados (convenios canje)	33	18	5	-	10	-
Agremiaciones Sectoriales	6	6	-	-	-	-



Firmado Electrónicamente con AZSign
 Acuerdo: 2025-04-07T16:50:13-05:00 - Pagina 8 de 17

Grupos de Valor	Colombia	Canadá	Chile	Costa Rica	Ecuador	España	Estados Unidos	Israel	México	Puerto Rico	Reino Unido	Venezuela
Socios Honorarios-Activos-Efectivos-Afiliados	18079	17	2	1	6	5	49	1	2	1	2	1
Total 18166												

2.2 Variables Demográficas Grupos De Valor e Interés

2.2.1 Variables Demográficas-Socios Activos

GRADOS Y GÉNERO																		
Fuerza	ST-TK 1976		TE-TF 1660		CT-TN 2015		MY-CC 2844		TC-CF 1384		CR-CN 693		BG-CA 92		MG-VA 25		GR-AL 9	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
	Ejército Nacional	1050	296	783	222	917	185	1622	87	623	39	345	15	33	2	7	0	3
Armada Nacional	317	126	218	113	315	99	392	102	268	44	153	9	23	3	11	0	1	-
Fuerza Aérea																		
Policía Nacional	86	45	186	81	271	101	234	91	181	49	84	15	18	3	6	1	0	-
Socio Honorario	5										M							
Total	1482	494	1231	429	1612	403	2517	327	1223	161	643	50	84	8	24	1	4	



8826



1873

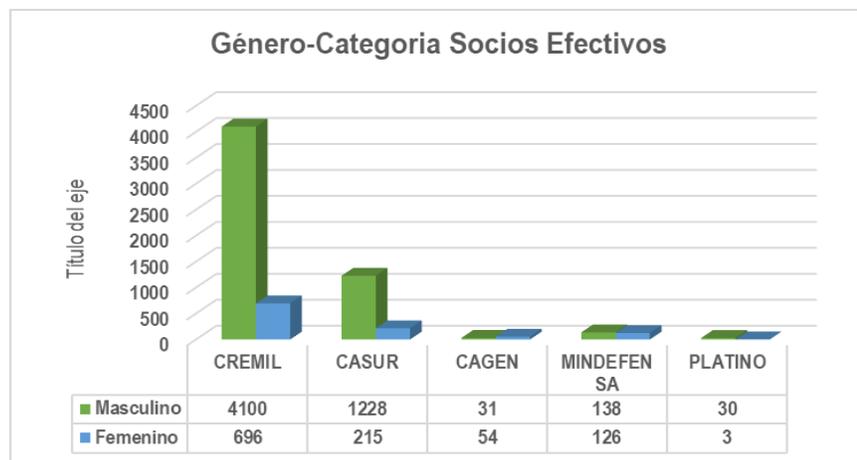


Fuente: Base de Datos ERP SEVEN a corte 31 de diciembre de 2024

2.2.2 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	
CREMIL	1	1	11	11	88	32	1163	234	1160	156	1434	222	101	19	115	18	27	3	
CASUR	2	-	4	0	33	7	372	62	352	77	389	61	41	7	32	1	3	-	
CAGEN	3	1	5	3	8	10	11	18	4	14	0	6	-	2	-	-	-	-	
MINDEFENSA	14	4	35	13	37	28	36	42	9	18	6	17	1	4	-	-	-	-	
Total	20	6	55	27	166	77	1582	356	1525	265	1829	306	143	32	147	19	30	3	
PLATINO	30						H		3						M				
TOTAL	6621																		

Fuente: Base de Datos ERP SEVEN a corte 31 de diciembre de 2024



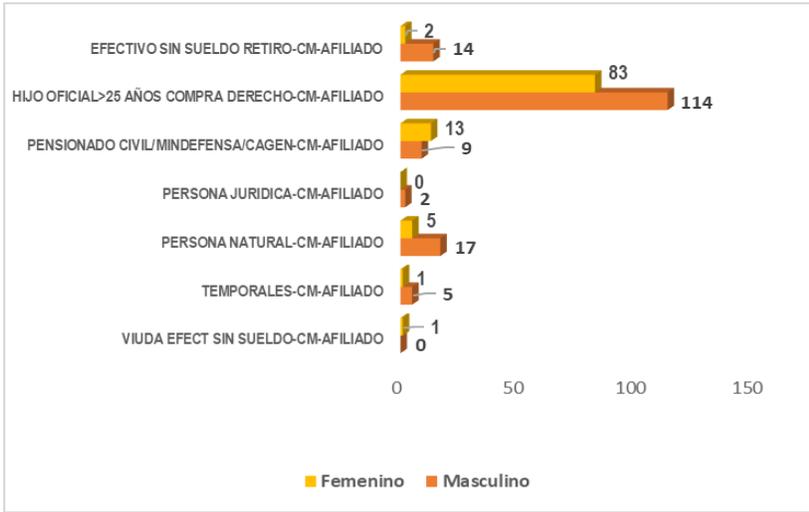

⇒ 5527


⇒ 1094

2.2.3 Variables Demográficas-Socios Afiliados

GRADOS Y GÉNERO		
Categoría	H	M
VIUDA EFECT SIN SUELDO-CM-AFILIADO	-	1
TEMPORALES-CM-AFILIADO	5	1
PERSONA NATURAL-CM-AFILIADO	17	5
PERSONA JURIDICA-CM-AFILIADO	2	-
PENSIONADO CIVIL/MINDEFENSA/CAGEN-CM-AFILIADO	9	13
HIJO OFICIAL>25 AÑOS COMPRA DERECHO-CM-AFILIADO	114	83
EFFECTIVO SIN SUELDO RETIRO-CM-AFILIADO	14	2
Total	161	105
Plan Fidelización Hijo Mayor 25 años	429	151

Fuente: Base de Datos ERP SEVEN a corte 31 de diciembre de 2024

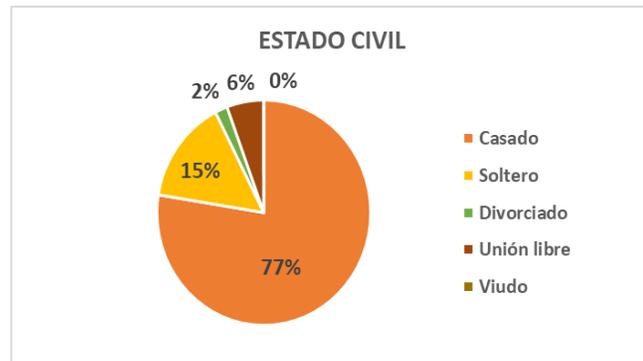


 ➡ **165**

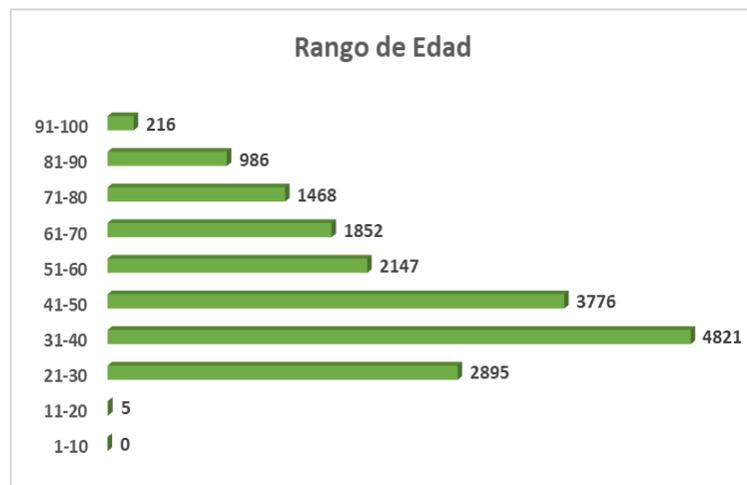
 ➡ **105**

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

ESTADO CIVIL	CANTIDAD
Casado	14086
Soltero	2720
Divorciado	343
Unión libre	1012
Viudo	5
Total	18166



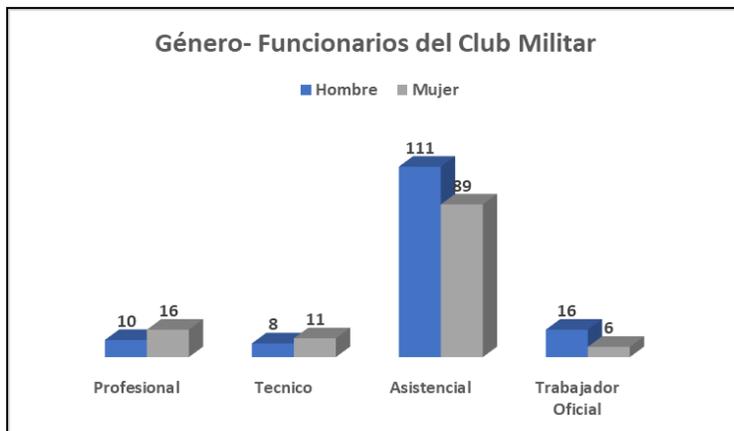
RANGO DE EDADES	EDAD
1-10	0
11-20	5
21-30	2895
31-40	4821
41-50	3776
51-60	2147
61-70	1852
71-80	1468
81-90	986
91-100	216
TOTAL	18166



2.2.5 Variables Demográficas-Funcionarios de la entidad

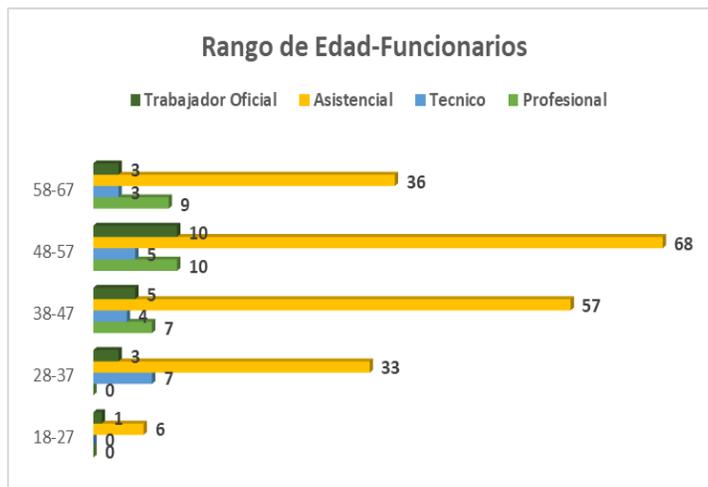
Empleo	Género		Discapacidad	Idioma
	H	M		
Profesional	10	16	0	Español
Técnico	8	11	0	Español
Asistencial	111	89	3	Español
Trabajador Oficial	16	6	1	Español

Fuente: Base de Datos Funcionarios

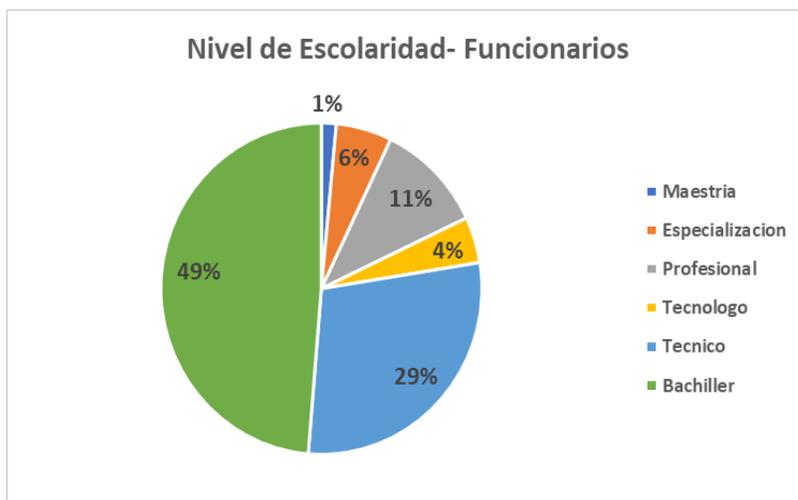


Rango de edad	Empleo			
	Profesional	Técnico	Asistencial	Trabajador Oficial
18-27	0	0	6	1
28-37	0	7	33	3
38-47	7	4	57	5
48-57	10	5	68	10
58-67	9	3	36	3

Fuente: Base de Datos Funcionarios



Nivel de escolaridad	
Maestría	4
Especialización	15
Profesional	29
Tecnólogo	12
Técnico	77
Bachiller	130





2.2.6 Variables Demográficas Club con operación Comercial similar

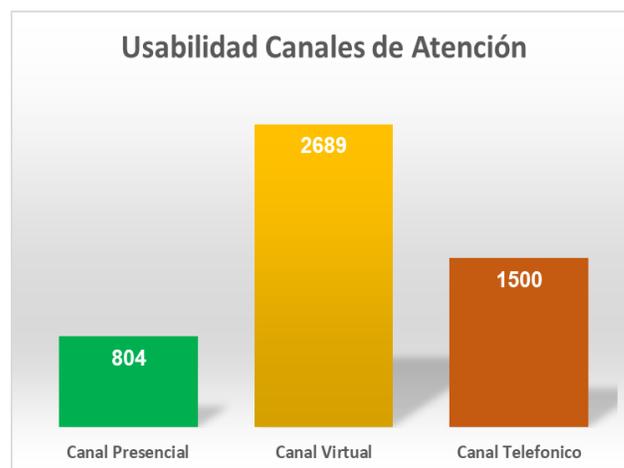
	CLUB MILITAR	CLUB NAVAL ANTARES	CLUB NAVAL OFICIALES	CLUB POLICIA	CLUB DE OFICIALES DE LA FUERZA AEREA COLOMBIANA	CIRCULO SUBOFICIALES DE LAS FFMM
Tiempo de operación	68 años	81 años	81 años	-	72 años	62 años
Líneas de negocio	04	04	04	04	03	04
Cobertura	03 sedes 33 A. Nal 04 A. Int.	1 Sede	1 sede	02 sedes	03 sedes	04 sedes
Redes sociales	Facebook Instagram X YouTube	Facebook Instagram	Facebook Instagram	Facebook Instagram	Facebook Instagram	Facebook Instagram X YouTube

2.3 Variables Intrínsecas de los Grupos De Valor e Interés

2.3.1 Variables Intrínsecas Acceso y Usos de los Canales de Atención-PQRSD

De acuerdo con la información se observa que la mayor parte de los peticionarios realizaron su requerimiento de PQRSD por el canal de atención virtual, el más utilizado fue el correo electrónico con un 50% seguido de la página web-Formulario Web con un 3 %

CANALES DE COMUNICACION						
CANAL PRESENCIAL			CANAL TELEFÓNICO	CANAL VIRTUAL		
Buzón de Sugerencia	Formulario Radicación PQRSD	Ventanilla de Radicación	Telefónica	Correo Electrónico	Redes Sociales	Formulario Web PQRSD
0	791	13	1500	2499	42	148
0%	16%	0%	30%	50%	1%	3%



Fuente: Matriz PQRSD vigencia 2024

2.4 Variables Comportamentales de los Grupos De Valor e Interés

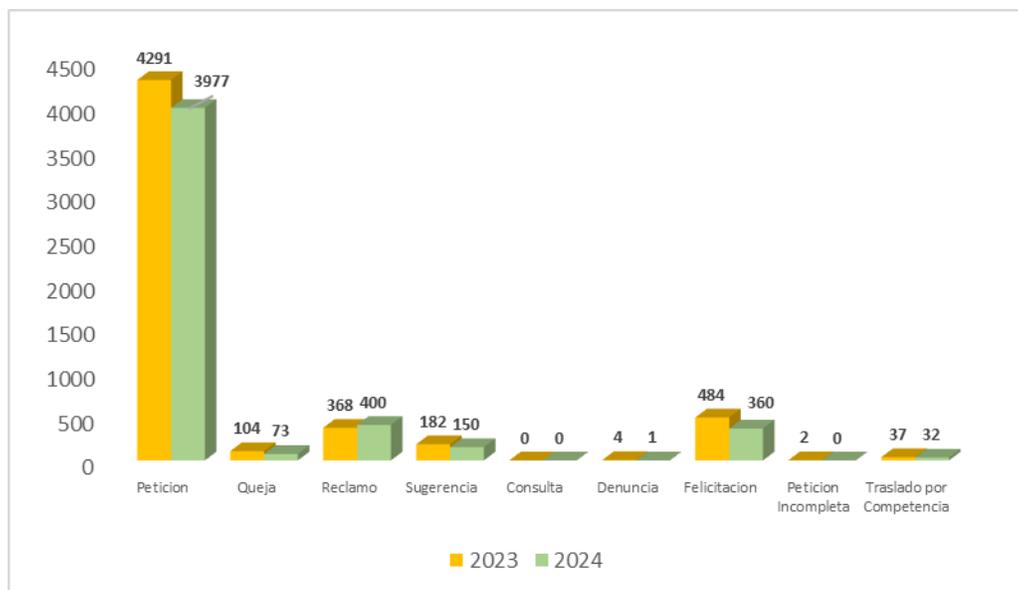
2.4.1 Variables Comportamentales: Tipo de requerimiento (PQRSD)

En relación a los resultados obtenidos del tipo de requerimiento, se evidencia que el más relevante corresponde a Peticiones con 3977 (80 %), Reclamos con 400 (8%), Felicitaciones 360 (7.2%), Sugerencias con 150 (3%), Queja 73 (1%), Traslado por Competencia con 32 (1%) y Denuncia con un bajo porcentaje.

Tipo de Requerimiento	No Peticionarios	% Participación
PETICIÓN	3977	80%
QUEJA	73	1%
RECLAMO	400	8%
SUGERENCIA	150	3%
CONSULTA	0	0%
DENUNCIA	1	0%
FELICITACIÓN	360	7.2%
TRASLADO POR COMPETENCIA	32	1%
TOTAL PQRSD	4993	100%

Fuente: Matriz PQRSD vigencia 2024

De acuerdo con la información se puede observar la cantidad de peticionarios según el tipo de requerimiento de dos años consecutivos, se identificó que en el 2024 se realizaron 4993 requerimientos de los grupos de valor disminuyendo un 9% comparado con el año anterior.





3. 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
- Política de Participación Ciudadana 2023
- 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
3	07-04-2025	Actualización de contenido del documento

VALIDACIÓN DE FIRMAS

	NOMBRE	CARGO
ELABORO:	Yenni Patricia Peñaloza Rodriguez	Profesional de Defensa
REVISO:	Yudyett Astrid Pulido Guevara	Sistemas Integrados de Gestión – OAP.
APROBO:	Teniente Coronel (RA) Jorge Elmer Calderón Bermúdez	Coordinador Grupo de Gestión Mercadeo y Socios
FIRMANTE	Teniente Coronel (RA) Juan Carlos Arenas Fonseca	Subdirector General del Club Militar (e)



REGISTRO DE FIRMAS ELECTRONICAS

CM-DET-IG-04-GUIA DE CARACTERIZACION GRUPOS DE VALOR E INTERES

Club Militar
gestionado por: azsign.com.co



Id Acuerdo: 20250407-162520-8d95c1-64227614

Creación: 2025-04-07 16:25:20

Estado: Finalizado

Finalización: 2025-04-07 16:50:11

Escanee el código para verificación

Firma: SUBDIRECCION GENERAL (E)

JUAN CARLOS ARENAS
79557085
jcaresas@clubmilitar.gov.co

Aprobación: COORDINACIÓN GRUPO DE GESTION MERCADEO Y SOCIOS

Jorge Elmer Calderon
4466045
jecalderon@clubmilitar.gov.co
Coordinador grupo Misional Socios
Club Militar

Revisión: SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTION-OAP

Yudyett Pulido
52915896
yapulido@clubmilitar.gov.co

Elaboración: PROFESIONAL DE DEFENSA

YENNI PATRICIA PEÑALOZA RODRIGUEZ
39582039
ypenalosa@clubmilitar.gov.co





REPORTE DE TRAZABILIDAD

CM-DET-IG-04-GUIA DE CARACTERIZACION GRUPOS DE VALOR E INTERES

Club Militar
gestionado por: azsign.com.co



Id Acuerdo: 20250407-162520-8d95c1-64227614

Creación: 2025-04-07 16:25:20

Estado: Finalizado

Finalización: 2025-04-07 16:50:11

Escanee el código para verificación

TRAMITE	PARTICIPANTE	ESTADO	ENVIO, LECTURA Y RESPUESTA
Elaboración	YENNI PATRICIA PEÑALOZA RODRIGUEZ ypenaloz@clubmilitar.gov.co	Aprobado	Env.: 2025-04-07 16:25:21 Lec.: 2025-04-07 16:26:19 Res.: 2025-04-07 16:34:12 IP Res.: 38.211.144.65
Revisión	Yudyett Pulido yapulido@clubmilitar.gov.co	Aprobado	Env.: 2025-04-07 16:34:12 Lec.: 2025-04-07 16:46:32 Res.: 2025-04-07 16:46:36 IP Res.: 38.211.144.65
Aprobación	Jorge Elmer Calderon jecalderon@clubmilitar.gov.co Coordinador grupo Misional Socios Club Militar	Aprobado	Env.: 2025-04-07 16:46:36 Lec.: 2025-04-07 16:48:27 Res.: 2025-04-07 16:48:37 IP Res.: 38.211.144.65
Firma	JUAN CARLOS ARENAS jcarenas@clubmilitar.gov.co	Aprobado	Env.: 2025-04-07 16:48:37 Lec.: 2025-04-07 16:50:07 Res.: 2025-04-07 16:50:11 IP Res.: 181.69.145.69