

240/0085

Bogotá, 08 de mayo de 2026

## CLUB MILITAR INFORME MEDICIÓN SATISFACCIÓN ENCUESTAS DE PQRSCF PRIMER TRIMESTRE 2026

De acuerdo a lo establecido en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión-MIPG, el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano vigencia 2026, el Club Militar implementa la encuesta de satisfacción de atención al ciudadano (PQRSCF), de forma electrónica, con el fin de determinar la percepción que tienen los grupos de interés (socios y/beneficiarios) respecto de la calidad de los servicios prestados, así como sus observaciones, comentarios y/o sugerencias.

La encuesta permite determinar las fortalezas y debilidades, que se puedan presentar en desarrollo de las actividades del Área de Atención al Ciudadano, con el fin de definir acciones encaminadas a la mejora continua, por parte de la entidad y de los funcionarios responsables. Dicha encuesta se envía por correo electrónico a los ciudadanos en el momento que se hace llegar la respuesta a sus solicitudes, y tiene como propósito medir la percepción de la actitud del servidor público, calidad, el conocimiento o dominio del tema respecto a la información brindada, la claridad de la información, los tiempos de respuesta y la satisfacción respecto a los trámites y servicios prestados por la entidad; a través de cada uno de sus canales de atención. Adicionalmente, la encuesta cuenta con un espacio de comentarios y/o sugerencias para que el encuestado manifieste observaciones adicionales que tenga respecto a la prestación del servicio.

El presente informe contiene el análisis de los resultados obtenidos entre enero, febrero y marzo de 2026, el cual incluye estadísticas de acuerdo con el número total de encuestas diligenciadas; así mismo un análisis general e identificando inconformidades o debilidades en la información, formulando de esta manera recomendaciones.

### ALCANCE

Las siguientes preguntas buscan medir la percepción ciudadana sobre el trámite de peticiones, quejas, reclamos, sugerencias, denuncias y felicitaciones (PQRSCF) en las tres sedes del Club Militar. Durante el primer trimestre del año, se recibieron un total de 431 solicitudes, obteniendo una muestra de 38 encuestas diligenciadas, lo que representa un nivel de participación del 9%.

La recolección de datos se realizó de manera digital a través de un formulario de Google por medio del enlace <https://forms.gle/KVNYv88ZBwSWCFQe9>, distribuido mediante correos electrónicos directos a los peticionarios y disponible de forma permanente en la página web institucional.

Las preguntas planteadas fueron las siguientes.

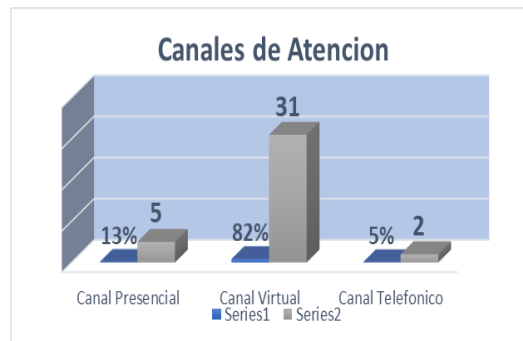


- De los siguientes canales de atención, ¿Cuál utilizó para realizar su solicitud ante el Club Militar? A. canal Presencial B. Canal Virtual y C. Canal Telefónico
- Califique de 1 a 5, las siguientes preguntas de acuerdo a la escala propuesta: Donde: 1 es sin respuesta, 2 es Deficiente, 3 es Regular, 4 es Bueno y 5 es Excelente.
  - Pertenencia: De los canales dispuestos por el Club Militar, como califica su usabilidad.
  - Facilidad; ¿Cómo califica el acceso al servicio a través del canal de comunicación que utilizó?
  - Oportunidad: La respuesta llegó durante el término en días hábiles establecidos por la Ley 1755 de 2015 modificado por el Decreto 491 de 2020
  - Claridad: ¿La respuesta fue comprensible, con lenguaje claro y bien redactada?
  - Pertinencia: ¿El texto responde a la pregunta o solicitud realizada?
  - Calidez: Actitud, amabilidad y disposición del personal en el servicio

## RESULTADOS DE LA ENCUESTA

**Pregunta No 1. De los siguientes canales de atención, ¿Cuál utilizó para realizar su solicitud ante el Club Militar?**

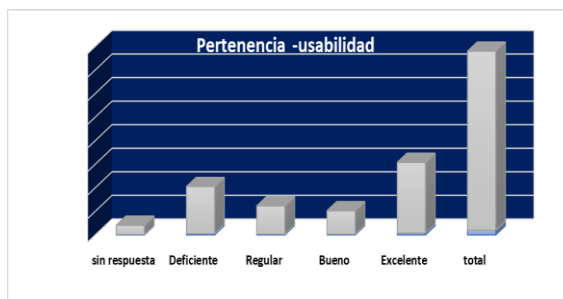
CANALES DE ATENCION	%	Total
Canal Presencial	13%	5
Canal Virtual	82%	31
Canal Telefonico	5%	2
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>38</b>



- Califique de 1 a 5, las siguientes preguntas de acuerdo a la escala propuesta: Donde: 1 es sin respuesta, 2 es Deficiente, 3 es Regular, 4 es Bueno y 5 es Excelente.

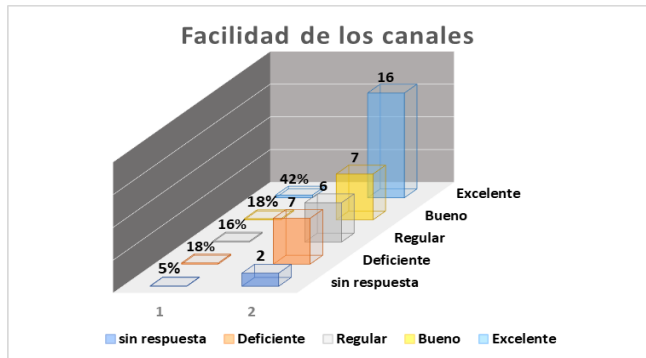
A. Pertenencia: De los canales dispuestos por el Club Militar, como califica su usabilidad

Escala	Porcentaje	total
sin respuesta	5%	2
Deficiente	26%	10
Regular	16%	6
Bueno	13%	5
Excelente	39%	15
<b>total</b>	<b>100%</b>	<b>38</b>



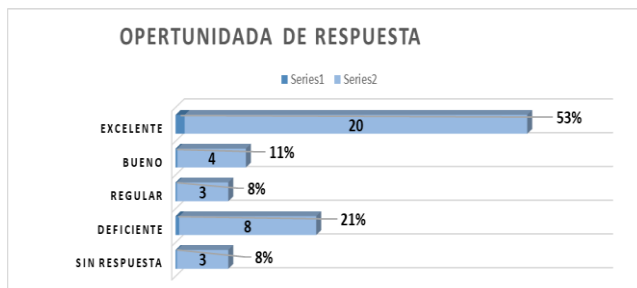
## B. Facilidad; ¿Cómo califica el acceso al servicio a través del canal de comunicación que utilizó?

Escala	Porcentaje	total
sin respuesta	5%	2
Deficiente	18%	7
Regular	16%	6
Bueno	18%	7
Excelente	42%	16
<b>total</b>	<b>100%</b>	<b>38</b>



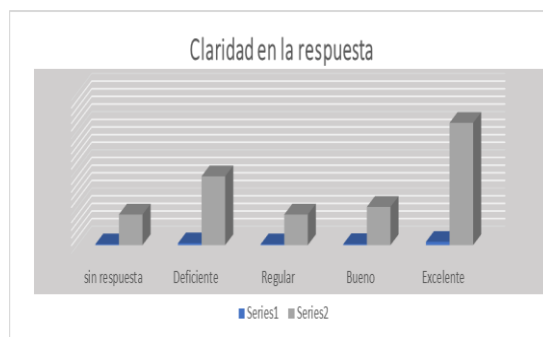
## C. Oportunidad: La respuesta llegó durante el término en días hábiles establecidos por la Ley 1755 de 2015 modificado por el Decreto 491 de 2020

Escala	Porcentaje	total
sin respuesta	8%	3
Deficiente	21%	8
Regular	8%	3
Bueno	11%	4
Excelente	53%	20
<b>total</b>	<b>100%</b>	<b>38</b>



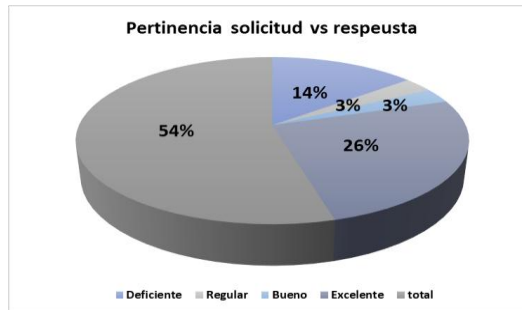
## D. Claridad: ¿La respuesta fue comprensible, con lenguaje claro y bien redactada?

Escala	Porcentaje	total
sin respuesta	11%	4
Deficiente	24%	9
Regular	11%	4
Bueno	13%	5
Excelente	42%	16
<b>total</b>	<b>100%</b>	<b>38</b>



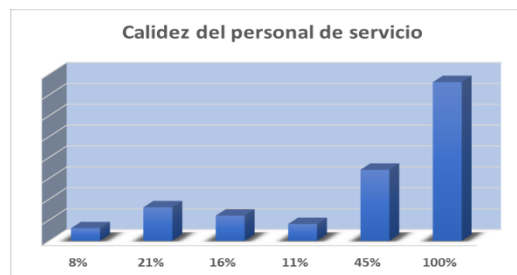
## E. Pertinencia: ¿El texto responde a la pregunta o solicitud realizada?

Escala	Porcentaje	total
sin respuesta	16%	6
Deficiente	26%	10
Regular	5%	2
Bueno	5%	2
Excelente	47%	18
total	100%	38



## F. Calidez: Actitud, amabilidad y disposición del personal en el servicio

Escala	Porcentaje	total
sin respuesta	8%	3
Deficiente	21%	8
Regular	16%	6
Bueno	11%	4
Excelente	45%	17
total	100%	38



## ANALISIS

### 1. Resumen Ejecutivo de Participación

Total, radicación PQRSD en las tres Sedes: 431 solicitudes.

Muestra recolectada: 38 encuestas (9% de participación).

Canal predominante: El Canal Virtual (82%) es la vía principal de interacción, lo cual es coherente con una recolección de datos digital.

### 2. Análisis de Percepción por Atributos

Sin embargo, la calificación "Excelente" es la más frecuente, existe una insatisfacción crítica acumulada (Deficiente + Regular) que promedia el 35-40% en varios puntos.

#### a. Fortalezas

Oportunidad (53% Excelente): Es el atributo mejor puntuado. El Club Militar es percibido como una entidad que cumple con los tiempos legales de respuesta (Ley 1755 de 2015).

#### b. Oportunidades de mejora

- ✓ Pertinencia/Usabilidad (26% Deficiente): Es la calificación "Deficiente" más alta de toda la encuesta. Los ciudadanos encuentran el sistema de radicación poco amigable o difícil de usar.



- ✓ Claridad (24% Deficiente): Uno de cada cuatro usuarios no entiende la respuesta enviada, lo que sugiere un exceso de tecnicismos o mala redacción.
- ✓ Calidez (21% Deficiente): A pesar de ser un trámite técnico, la percepción de trato humano y disposición tiene una brecha de mejora importante.

## COMENTARIOS Y SUGERENCIAS

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	COMENTARIOS Y/O SUGERENCIAS
1	JOHAN GIOVANNI PINO LONDOÑO	La intención de los documentos mejorar el control de parqueo de los visitantes al club Bogotá
2	JAIRO ALEXIS DUARTE BELTRAN	La respuesta no va acorde a un Club al cual se le esta pagando una mensualidad de sostenimiento, uno va al club es para recibir una excelente atención, no se acostumbren a dar solo excusas y pedir disculpas, revisen los procesos y hagan el trabajo como debe ser anticipadamente, o es que ustedes pagan la estadía en un hotel y les es agradable no encontrar champú, acondicionador, toallas en buen estado y demás, por eso es que tantas afiliados se retiran pues se paga un sostenimiento y parece que uno se estuviera hospedando en una residencia de caridad, realmente me da pena llevar a invitados a quedarse en el club.
3	RICARDO MARÍN GARCIA	No hay retroalimentación
4	PEDRO GABRIEL GALVIS TARAZONA	No me ha llegado ninguna respuesta, se entiende que una solicitud tiene que ser resuelta a la mayor brevedad
5	JUVENAL BRUGES PALMERA	! GRACIAS Y FELICITACIONES!
6	LAURA CAMILA CARRILLO RAMIREZ	gracias por la gestión, comunicación y respuesta a solicitudes
7	CAROLINA GIRALDO	Aún no he recibido la comunicación de repuesta en términos de ley del derecho de petición. Solo hubo con contacto por celular de una funcionaria en donde me dice que se va hacer, pero incluso la información incompleta conforme a lo solicitado
8	CRISTHIAN YESID CARDONA FLOREZ	Sin Comentarios
9	HERNANDO	Felicidades
10	JONH WILLIAM GARCIA CASTRO	Cada día la atención es peor mal atendidos
11	KAREN LIZET ACEVEDO RUIZ	ninguna
12	CONSUELO BOTERO JANNAUT	Ojalá mi observación se tenga en cuenta para futuras fiestas. tengo 60 años soy hija de socio militar coronel fallecido. Desde que nací voy a este club, aunque ahora no han querido aceptarme como socia. Sin embargo, el aprecio no falto a ninguna fiesta y esta fue la peor de mi vida



Club Militar  
 Archivo, Perseverancia y Pasión  
 Firmado Electrónicamente con A.ZSign  
 Acuerdo: 20260511-162240-e67190-13736233  
 2026-05-11T16:24:26-05:00 - Página 5 de 11

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	COMENTARIOS Y/O SUGERENCIAS
13	JUAN GABRIEL MUÑOZ MUÑOZ	Muy buena atención
14	FABIO	No es posible que por tramites internos de Uds. en la desafiliación, deba pagar un mes sin estar afiliado, como me respondió un funcionario de la oficina de atención a socios, colocale las quejas y hare los reclamos pertinente para evitar cobros de cuotas que no he autorizado
15	JOSE LUIS MOLINA LASSO	Sin Comentarios
16	DIEGO FELIPE BUITRAGO	En nuestra petición indicamos que es importante que en la certificación se evidenciara la cantidad de metros cuadrados construidos y/o intervenidos cubiertos y en exteriores, ya que esta información es de vital importancia para el desarrollo de nuestra labor y la consecución de nuevos proyectos.
17	SHEILA PABON ALVARADO	Sin Comentarios
18	NOHRA CUBILLOS	Favor leer mis dos cartas: enero 5 y enero 19, 2026
19	LUIS BRAVO	Muy oportunos con las respuestas emitidas
20	JAVIER VALLEJOS	Por ser una entidad oficial el club está obligado a cumplir ley anti tramites y no trasladar al usuario responsabilidades internas, así si necesita un trámite debe internamente solicitar el cumplimiento de lo requerido. Ej.: No pedirle al ciudadano que solicite paz y salvo cuando debe hacerlo de manera interna.
21	CRISTHIAN CUASMAYAN	Poner en conocimiento el canal virtual por medio de WhatsApp. Para realizar consultas y/ o tramites
22	FRANCISCO JAVIER HERRERA	No quede satisfecho con la devolución del dinero
23	SIERVO HERNANDO SAALINAS	Solicite la suspensión de la Afiliación por motivos claros y la negaron...ahora tendré q desafiarme definitivamente
24	JUAN GABRIEL MENDEZ ZAMUDIO	Sin Comentarios
25	HECTOR JAVIER LOPEZ DIAZ	Sin Comentarios
26	HERNÁNDEZ BETANCOURT JADER IVÁN	Coloque una PQRSD para desafiliación no ha sido posible
27	FRANCISCO JAVIER HERRERA	Se me quedaron con un dinero de la sede las mercedes de reserva de alojamiento
28	YAMID ALEXANDER BELLO GARCIA	Sin Comentarios
29	YAMIT GOMEZ RODRIGUEZ	DAR A CONOCER OTROS TRAMITES



No.	NOMBRES Y APELLIDOS	COMENTARIOS Y/O SUGERENCIAS
30	BILFRETH GRANADOS LOSDA	Sin Comentarios
31	JUAN PABLO HERRADA YATE	DILIGENTES A LAS SOLICITUDES
32	HELLEN URBINA	Mejorar la amabilidad en atención al cliente tanto virtual como telefónica
33	RENATO LENCI	Los felicito por la excelente y rápida atención.
34	CARLOS MANUEL ANGARITA REYES	Sin Comentarios
35	LUIS ALEJANDRO POLANIA SILVA	Sin Comentarios
36	MANUEL USAMAG	Sin Comentarios
37	JUAN ESTEBAN BENJUMEA	No se realizó la desafiliación que solicité
38	JULIAN PARRA	Responder a lo que uno pregunta con claridad y sin tanto rodeo

## Conclusión General

El Club Militar es **eficiente en tiempo (Oportunidad)**, pero tiene fallas en la **experiencia de usuario (Usabilidad)** y en la **calidad de la comunicación (Claridad)**. Existe un fenómeno de "polarización": mientras unos usuarios están muy satisfechos, un grupo considerable (aprox. el 30%) califica el servicio como deficiente.

Agrupación de las respuestas de los usuarios en 4 categorías críticas:

### 1. En el Proceso de Desafiliación

- ✓ Varios usuarios (Jairo Duarte, Fabio, Hernández Betancourt, Juan Esteban Benjumea) expresan frustración extrema con el proceso de retiro.
- ✓ El problema: Cobros que consideran injustos durante el trámite, negación de suspensiones y lentitud en el proceso.
- ✓ Impacto: Esto genera una percepción de "trampa" o barrera para salir, lo cual daña gravemente la reputación del Club.



## 2. Calidad de la Respuesta - Falta de Claridad y Pertinencia

- ✓ Esto confirma lo indicado en los datos numéricos (donde Claridad y Pertinencia eran bajos).
- ✓ Comentarios clave: "La respuesta no va acorde a un Club", "Responder a lo que uno pregunta con claridad y sin tanto rodeo" (Julian Parra), "No hay retroalimentación" (Ricardo Marín).
- ✓ Hallazgo: El usuario siente que recibe respuestas "automáticas" o evasivas que no solucionan el problema de fondo.

## 3. Incumplimiento en Tiempos y Trámites Internos

- ✓ Silencio administrativo: Pedro Galvis y Carolina Giraldo mencionan que no han recibido respuesta o que la información está incompleta.
- ✓ **Carga al ciudadano:** Javier Vallejos hace una observación muy valiosa: el Club traslada responsabilidades internas al usuario, **ejemplo: Pedirle al ciudadano documentos que el propio Club debería tener, como el paz y salvo interno.**

## 4. Infraestructura y Servicio al Cliente

- ✓ Parqueo: Johan Pino menciona la necesidad de mejorar el control de parqueo en la sede Bogotá.
- ✓ Mantenimiento: Jairo Duarte critica fuertemente el estado de las habitaciones (falta de champú, toallas en mal estado, etc.).
- ✓ Amabilidad: Se reitera la necesidad de mejorar la calidez tanto en canales virtuales como telefónicos.

## RECOMENDACIONES BASADAS EN LOS COMENTARIOS Y ACCIONES DE MEJORA, PARA ESTABLECER:

1. Revisión del Protocolo de Desafiliación:
2. Eliminar Trámites Innecesarios, atendiendo la sugerencia de no pedir al ciudadano documentos que el Club ya posee internamente (simplificación de trámites).
3. Auditoría de Respuestas: No basta con responder a tiempo (Oportunidad); hay que asegurar que la respuesta sea resolutive. Se recomienda un "filtro de calidad" por parte del líder del proceso antes de enviar la respuesta final.
4. Solución inmediata es la revisión inventario de dotación: toallas, insumos en alojamientos, ya que esto afecta la percepción de "valor por dinero" de la mensualidad.



5. Implementación de lenguaje ciudadano: capacitar a los funcionarios en la redacción de respuestas claras, directas y resolutivas, evitando tecnicismos innecesarios que obliguen al usuario a realizar una segunda consulta, mediante infografías o campañas.

Cordialmente,

PD. Claudia Liliana Correal, Área de atención al socio y ciudadanía  
Área de atención al socio y ciudadanía

Copia: Coordinador Grupo de Gestión Mercadeo y Socios  
Evidencia oficina Asesora Planeación



# REGISTRO DE FIRMAS ELECTRONICAS

Informe medición de PQRSD 1er trimestre 2026

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

Id Acuerdo: 20260511-162240-e67f90-13736233

Creación: 2026-05-11 16:22:40

Estado: Finalizado

Finalización: 2026-05-11 16:24:23



Escanee el código  
para verificación

## Firma

CLAUDIA LILIANA CORREAL CASTILLO

60359306

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

Supervisor Contrato CM-001-2025

Club Militar



**Club Militar**  
Acción, Pensamiento y Poder

Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20260511-162240-e67f90-13736233  
2026-05-11T16:24:26-05:00 - Página 10 de 11

# REGISTRO DE FIRMAS ELECTRONICAS

## Informe medición de PQRSD 1er trimestre 2026

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

Id Acuerdo: 20260511-162240-e67f90-13736233

Creación: 2026-05-11 16:22:40

Estado: Finalizado

Finalización: 2026-05-11 16:24:23



Escanee el código  
para verificación

TRAMITE	PARTICIPANTE	ESTADO	ENVIO, LECTURA Y RESPUESTA
Firma	CLAUDIA LILIANA CORREAL CASTILLO clcorreal@clubmilitar.gov.co Supervisor Contrato CM-001-2025 Club Militar	Aprobado	Env.: 2026-05-11 16:22:43 Lec.: 2026-05-11 16:24:20 Res.: 2026-05-11 16:24:22 IP Res.: 168.90.12.20 Canal: Email

