



Ministerio de Defensa Nacional
REPUBLICA DE COLOMBIA



Plan de Participación Ciudadana 2013

Plan de Participación Ciudadana 2013


OBJETIVO: mantener un flujo de comunicación directo con sus Clientes y la ciudadanía en general, con el fin de que participen y conozcan a la entidad, teniendo como base fundamental la transparencia administrativa y operacional.



PARTICIPACIÓN CIUDADANA SATENA

El plan de participación ciudadana de SATENA, es una estrategia que contempla mecanismos que le permiten a la compañía mantener un flujo de comunicación directo con sus Clientes y la ciudadanía en general. El plan de participación dispuesto por SATENA para la ciudadanía y sus Clientes ha sido planteado de acuerdo con la normatividad vigente que rige la participación ciudadana en el país y teniendo como base fundamental la transparencia administrativa y operacional.

Normatividad que rige la participación ciudadana en entidades públicas

NORMA	ESPECIFICACIÓN	TEMA
Const. Política Colombia	Art.23 y 270	Artículo 270, establece los lineamiento para los mecanismos de participación ciudadana que permitan vigilar la gestión pública en los diversos niveles administrativos. El Artículo 23 fija el derecho a presentar peticiones respetuosas a las entidades y obtener Una pronta respuesta.
Ley 734 de 2002		Nuevo Código Único Disciplinario.
Ley 962 de 2005		Ley Antitrámites.
Ley 962 de 2005		Ley Antitrámites.
Ley 489 de 1998		Sistema de Desarrollo Administrativo.
Ley 393 de 1997		Acción de Cumplimiento.
Ley 134 de 1994		Por la cual se dictan normas sobre Mecanismos de Participación Ciudadana.
Ley 152 de 1994		Ley Orgánica del Plan de Desarrollo ley de Planeación Participativa.
Ley 850 de 2003		Por medio de la cual se reglamentan las Veedurías Ciudadanas.
Ley 87 de 1993		De Control Interno.
Ley 1474 de 2011		Estatuto Anticorrupción.
Directiva Presidencial Ministerio de Defensa Nacional No. 10 de 2002		Para que la comunidad en general realice una eficiente participación y control social a la gestion administrativa.



Ministerio de Defensa Nacional
REPUBLICA DE COLOMBIA
No. 10 de 2002



Plan de Participación Ciudadana 2013

Espacios de participación ciudadana ofrecidos por SATENA

Los espacios de participación ofrecidos por SATENA están habilitados durante todo el año, con excepción de las audiencias públicas, que son programadas una vez al año.

Forma de participación	Definición
Reclamo	Es una manifestación de inconformidad por la prestación irregular de un servicio o por la deficiente atención por parte de un funcionario del SATENA.
Petición de Información	Es el derecho que asiste al ciudadano para consultar y solicitar copias de documentos. El costo de la reproducción estará a cargo de la persona que hace la solicitud.
Audiencias Públicas	Son foros abiertos realizados de cara a la ciudadanía, en los que se informa y se responden preguntas sobre el funcionamiento de la Empresa.
Veeduría ciudadana	Es un mecanismo mediante el cual un grupo de ciudadanos pueden ejercer fiscalización de la gestión pública en Entidades del Estado, respecto a planes, programas, proyectos y acciones emprendidas por las entidades y los funcionarios Públicos.
Derecho de petición	Es una petición de accionar más rápido que la solicitud de información ordinaria, puede ser de interés particular o colectivo y tienes unos términos de respuestas establecidos.
Sugerencia	Manifestación orientada al mejoramiento del servicio prestado por la empresa a uno o varios usuarios.
Página web	Espacio virtual mediante el cual la entidad ofrece información permanente y actualizada sobre sus operaciones.
Nota	La interacción de SATENA con la ciudadanía puede ser de forma virtual o personalizada y en la página web cuenta con espacios dirigidos a los clientes en los que puede encontrar respuestas a las preguntas frecuentes, espacios de contacto y consulta de solicitudes en trámites.

Plan de Participación Ciudadana 2013



CANAL	MECANISMO	UBICACIÓN	HORARIO DE ATENCIÓN	OBSERVACIÓN
PRESENCIAL	Atención al Cliente	Kra 103 N.25D24	Lunes - Jueves de 7:00 a.m a 5:00pm Viernes 7:00 a,m a 4:00 p.m	Atendemos, recibimos, radicamos y damos respuesta a todas las PQRS interpuestas por los ciudadanos
TELEFÓNICO	Atención telefónica	Línea gratuita 018000912034 / 4292300 ext.4071/74/76 Celular 3214582199	Lunes - Jueves de 7:00 a.m a 5:00pm Viernes 7:00 a,m a 4:00 p.m	Atendemos, recibimos, radicamos y damos respuesta a todas las PQRS interpuestas por los ciudadanos así como los contactos.
		Call center - Línea anticorrupción 6052222 opción No.9	Lunes - Jueves de 7:00 a.m a 5:00pm Viernes 7:00 a,m a 4:00 p.m	Dar información, atender y solucionar PQRS que se hacen a la entidad.
ELECTRÓNICO	Correo electrónico	atencionalusuario@satena.com	Lunes - Jueves de 7:00 a.m a 5:00pm Viernes 7:00 a,m a 4:00 p.m	Dar información y solucionar problemas y dudas con respecto al servicio de la entidad
	Página web	www.satena.com	Permanente	Vender tiquetes, promocionar y difundir el portafolio de productos y servicios además de atender, recibir y dar respuesta a las PQRS.
	Foro de rendición de cuentas		Anual	Foro virtual de rendición anual de cuentas, para atender y responder de manera inmediata las consultas
	Facebook	http://www.facebook.com/aerolineasatena	Permanente	Promocionar y difundir el portafolio de productos y servicios de la entidad
	Twitter	@aerolineasatena	Permanente	Promocionar y difundir el portafolio de productos y servicios de la entidad



Plan de Participación Ciudadana 2013



A continuación se presenta de forma general la matriz del Plan de Participación actualizado a agosto de 2013.

DIRECCIÓN COMERCIAL SATENA ÁREA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD EVENTOS 2013							
N°	EVENTO	FECHA	LUGAR	RESPONSABILIDAD SOCIAL	OBJETIVO	APOYO	RESULTADO
1	Material (DVD's) del Fondo de Promoción Turística para la promoción y divulgación de destinos	2 de Enero	Bogotá		* Apoyar a la gestión comercial de cada base mediante un dvd del fondo de promoción turística que le permita expandir información de su destino	* Selección de destinos SATENA para realizar el envío respectivo a las Bases Comerciales con el fin de apoyar la gestión comercial	* Material que sirvió como herramienta para la promoción de cada uno de los destinos SATENA
2	Apoyo al Hospital Militar Central	16 de Enero	Bogotá		* Apoyo a las actividades culturales y militares * Promover Tarifa Militar y Silla del Héroe por medio de la gestión comercial	* Entrega de material publicitario P.O.P (cuadernos, esferos, revistas, memorias) * Presidencia SATENA	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
3	Apoyo Fundación Social "La Chola"	29 de Enero	Chocó	Participación en actividades de cooperación ciudadana, que permita mejorar la calidad de vida de un grupo de personas.	* Apoyo a la comunidad * Incentivar actividades sociales * Impulsar la ruta CLO-UIB-CLO * Tiquete Premio código Dirección Comercial	* Tiquete respaldo de satena * Apoyo base Cali	* El tiquete otorgado sirvió para generar credibilidad y recordación de marca
4	Vista gestión comercial y de servicio	Del 29 al 31 de Enero	Mitú	Interacción con la comunidad para brindar acercamiento, soporte y confianza de nuestro servicio	* Fortalecimiento e incentivo a la comunidad de MVP * Acercamiento con comunidad para obtener sugerencias e inquietudes * 2 Tiquetes Premio Código Dirección Comercial	* Presencia de SATENA en la región * Apoyo de material merchandising	* Compromiso de las partes para fortalecer el servicio y destino
5	Concurso Interno de fotografía destinos - SATENA	31 de Enero	Bogotá		* Profundizar dentro de la organización sobre el conocimiento de nuestros destinos, resaltando los aspectos más positivos, las bellezas naturales, culturales, sociales, turísticas y gastronómicas que estos encierran * Generar pertenencia, promover el conocimiento de nuestros destinos. * Incentivar la cultura SATENA del servicio social. * Tiquetes Premio código Dirección Comercial	* Entrega de 2 tablet touch * 6 Tiquetes Round Trip * Apoyo comunicaciones SATENA * Envío de mailing e información motivando la participación	* Ampliar el stock de imágenes de nuestros destinos SATENA
7	Día de la Mujer	8 de Marzo			* Promover actividades lúdicas y culturales al interior de SATENA * Pertenencia de marca	* Elaboración y envío web de un mailing alusivo	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada

Plan de Participación Ciudadana 2013



DIRECCION COMERCIAL SATENA ÁREA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD EVENTOS 2013							
N°	EVENTO	FECHA	LUGAR	RESPONSABILIDAD SOCIAL	OBJETIVO	APOYO	RESULTADO
8	Primer Consejo ejecutivo de alcaldes	8 y 9 de Marzo	Providencia		* Fortalecimiento e incentivo a la comunidad de PVA * Presencia de marca ante los más de 50 alcaldes asistentes al evento	* Apoyo de la base de PVA * Envío de material publicitario y apoyo con 2 porta pendones	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
9	Concierto Día de la Mujer - Quibdó.	9 de Marzo	Quibdó		* Apoyo a las actividades culturales que permitan integración y fortalecimiento de turismo * Fortalecimiento y divulgación de la ruta de Quibdó * Trabajar conjuntamente con las autoridades locales en pro del desarrollo de la región	* Entrega de 10 tiquetes premio a los organizadores del evento Código Tiquetes premio * Material P.O.P como apoyo a la gestión realizada. * Apoyo de la base de Quibdó	* La entrega de los tiquetes acordados sirvió para generar credibilidad y recordación de marca * Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
10	9° Expoaviatur y Outlet Turístico	9 y 10 de Marzo	Bogotá		* Es un evento los expositores podrán presentar mediante sus asesores de Aviatur sus productos, tarifas, promociones e información general. * Realizar mediante el Outlet turístico información sobre rutas y destinos SATENA al público en general	* Entrega de material publicitario (bolsas, esferos, cuadernos, calendarios, revista volar, agendas) * El stand fue decorado con el sky line * Entregado de volantes tarjeta joven	* Información general sobre rutas y destinos SATENA *Fortalecimiento de la tarifa tarjeta joven a través de la gestión comercial realizada
11	VI Carrera de los Hérores 10k	10 de Marzo	Bogotá		* Difusión e información de marca Satena * Incentivar actividades deportivas, lúdicas y apoyo función de salud	* Promoción y divulgación de marca por medio de 4 participantes con indumentaria Satena * Apoyo de 4 auxiliares de vuelo Satena	* Divulgación y presencia de marca
12	Encuentro de Ferreteros	13 de Marzo	Apartadó		* Apoyo a las actividades culturales que permitan integración y fortalecimiento de turismo * Fortalecimiento y divulgación de la ruta Apartadó	* 300 Bolsas Cambre * 150 Tulas deportivas * 150 Esferos * 1 Pendón * 1 Pasacalle * 1 Punto de contacto * 1 Dummie * Apoyo de la base de Apartadó	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
13	Distribución de material impreso sobre productos y servicios SATENA	19 de Marzo	Bases Comerciales SATENA		* Apoyo a la gestión comercial que se realiza diariamente y conjuntamente entre las bases comerciales SATENA y el Área de Mercadeo y Publicidad	* Envío de volantes impresos de carga, convenios corporativos, GSED, silla del héroe, tarifa G-Turist, tarifa militar y tarjeta joven * Envío de guía Round Trip	* Material que sirvió como herramienta para la promoción de las tarifas SATENA

Plan de Participación Ciudadana 2013



DIRECCIÓN COMERCIAL SATENA ÁREA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD EVENTOS 2013							
N°	EVENTO	FECHA	LUGAR	RESPONSABILIDAD SOCIAL	OBJETIVO	APOYO	RESULTADO
14	Realización de material para adecuación en aeropuertos - Separadores de Fila	21 de Marzo	Bases Comerciales SATENA		* Apoyo a la gestión comercial, promoción, divulgación y fortalecimiento de imagen corporativa * Envío de 48 separadores de fila 4 por base, los cuales deben ser ubicados en el aeropuerto del destino respectivo para la organización de los pasajeros	* Envío de 48 separadores de fila (4 por base) a los destinos de BUN, GPI, NQU, LQM, RVE, TME, VGZ, MVP, IPI, SJE, VVC, LMC.	* Material que sirvió como herramienta para la organización de pasajeros en los aeropuertos SATENA
15	Semana Santa	Del 22 al 30 de Marzo			* Incentivar el turismo Colombiano * Apoyo a las actividades culturales y religiosas * Promover marca SATENA * Gestión comercial para promoción de rutas y tarifas	* Elaboración y envío web de un mailing alusivo	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
16	Aniversario de la ciudad de San José del Guaviare	19 de Marzo	San José del Guaviare		* Información general sobre destinos y flota Satena * Incentivar el destino de San José del Guaviare * Entrega de tiquete premio código Mercadeo	* 300 Bolsas Cambre * 150 Tulas deportivas * 150 Esferos * 1 Pendón * 1 Pasacalle * 1 Punto de contacto * 1 Dummie * Apoyo de la base de SJE	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
17	Activación de Marca – Pasajero de la Semana	19 de Marzo	Quibdó - Medellín - Arauca - Florencia - Apartadó - Bogotá - Corozal		* Fidelizar a nuestros clientes brindándoles un beneficio tangible que motiva a crear confianza y credibilidad en el servicio brindado, especialmente en la ruta de UIB-EOH-UIB	*Mailing (expectativa – lanzamiento – resultado) *Afiches, Tiquetes premios (5 cada base) *Activación en counter *Apoyo base UIB, EOH	* Promoción e incentivo de la ruta UIB-EOH-UIB
18	Entrega especial Revista Volar Edición 51	4 de Abril	Arauca		* Entrega de revistas volar Edición 51 a las principales autoridades de la región	* Envío de 230 revistas * Apoyo de la base de AUC	* Acercamiento con el público general y autoridades gubernamentales creando interés en oportunidad de negocio
19	Participación de SATENA en el Homenaje a las mujeres Chocoanas -Cafam 2013	10 de Abril	Quibdó		* Apoyo a las actividades culturales que permitan integración y fortalecimiento de turismo * Fortalecimiento y divulgación de la ruta de Quibdó * Trabajar conjuntamente con las autoridades locales en pro del desarrollo de la región	* Entrega de 3 tiquetes a los organizadores del evento Código Tiquetes premio * Material P.O.P como apoyo a la gestión realizada. * Apoyo de la base de Quibdo	* La entrega de los tiquetes acordados sirvió para generar credibilidad y recordación de marca * Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada

Plan de Participación Ciudadana 2013



DIRECCION COMERCIAL SATENA							
ÁREA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD							
EVENTOS 2013							
N°	EVEN TO	FECHA	LUGAR	RESPONSABILIDAD SOCIAL	OBJETIVO	APOYO	RESULTADO
19	Participación de SATENA en el Homenaje a las mujeres Chocoanas -Cafam 2013	10 de Abril	Quibdó		* Apoyo a las actividades culturales que permitan integración y fortalecimiento de turismo * Fortalecimiento y divulgación de la ruta de Quibdó * Trabajar conjuntamente con las autoridades locales en pro del desarrollo de la región	* Entrega de 3 tiquetes a los organizadores del evento Código Tiquetes premio * Material P.O.P como apoyo a la gestión realizada. * Apoyo de la base de Quibdo	* La entrega de los tiquetes acordados sirvió para generar credibilidad y recordación de marca * Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
20	SATENA 51 años	12 de Abril	Bogotá		* Celebración de los 51 años de la aerolínea * Apoyo a las actividades culturales de la aerolínea	* Tarima en el hangar * Pendones * Bombas * Arreglos florales	* Se generó un espacio para el acercamiento del cliente interno SATENA
21	Proyecto "A ROBERTO MORGAN LE GUSTA EL CAFÉ" - Universidad Nacional de Colombia	17 de Abril	Bogotá		* SATENA apoya eventos culturales en pro del desarrollo colombiano. * SATENA promueve la cooperación ciudadana con el objetivo de impulsar y fortalecer el transporte aéreo en las comunidades más apartadas del país.	* Tiquete premio Código Mercadeo	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
22	Ferias Infantiles y Juveniles de Ciencia, Tecnología e Innovación Colciencias – FENCYT del 16 al 18 de Abril 2013	16 al 18 de Abril	Bogotá	Participación que promueven la cooperación ciudadana, en pro de un objetivo especial como la interacción ciudadana.	*Incentivar actividades educativas, infantiles y sociales en pro del desarrollo comunitario del país	* 6 Tiquetes Premio Código Mercadeo	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
23	Canal Regional TELECAFE	19 y 20 de Abril	San Andrés y Providencia		* SATENA promueve la cooperación ciudadana con el objetivo de impulsar y fortalecer el transporte aéreo en las comunidades más apartadas del país.	* 2 Tiquetes premio Código Mercadeo ruta ADZ - PVA	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
24	Día de la Tierra	22 de Abril			* Concientizar nuestro sentido de pertenencia con el medio ambiente	* Elaboración y envío web de un mailing alusivo	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada

Plan de Participación Ciudadana 2013



DIRECCION COMERCIAL SATENA
ÁREA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD
EVENTOS 2013

N°	EVENTO	FECHA	LUGAR	RESPONSABILIDAD SOCIAL	OBJETIVO	APOYO	RESULTADO
25	Expoartesano La Memoria	24 al 28 de Abril	Medellín		<ul style="list-style-type: none"> * Incentivar el turismo a nivel Nacional * Información sobre: rutas, tarifas de empaquetamiento y destinos en general 	<ul style="list-style-type: none"> * Stand de 3x3mts * 1 Sky Line * 1 portapendón marca SATENA * 500 bolsas cambrel * 400 esferos- 150 tulas * Apoyo base Medellín 	<ul style="list-style-type: none"> * Acercamiento con el público general y agencias mayoristas creando interés en oportunidad de negocio
26	Programa Nacional de Servicio al Ciudadano (PNSC)	27 de Abril	Arauca		<ul style="list-style-type: none"> * Incentivar el turismo a nivel Nacional * Información sobre: rutas, tarifas de empaquetamiento y destinos en general 	<ul style="list-style-type: none"> * Entrega de material publicitario P.O.P (bolsas, esferos, revista, porta taco, porta esferos, pad mouse, agenda) * Apoyo de material visual (pendones) * Mesa de trabajo * Apoyo base AUC 	<ul style="list-style-type: none"> * Acercamiento con el público general y agencias mayoristas creando interés en oportunidad de negocio
27	X Copa FAC Nuestra Señora del Loreto	27 de Abril	Sopó	Apoyo a las organizaciones naciones que velan por la seguridad y justicia de la población más vulnerable.	<ul style="list-style-type: none"> * Apoyar el bienestar social de los hogares más necesitados de las Fuerzas Militares * Apoyo a las actividades culturales y militares * Promover Tarifa Militar y Silla del Héroe por medio de la gestión comercial 	<ul style="list-style-type: none"> * 150 kits para los participantes (agenda, esfero, tula) * 4 Pasacalles * Entrega de 2 tiquetes Premio código Mercadeo 	<ul style="list-style-type: none"> * Oportunidad de negocios con los asistentes al evento * Difusión de información sobre la rutas y tarifa militar y silla del héroe
28	Celebración del Día del Niño con los Indígenas de una Comunidad "San Javier" por el río Vaupes	27 de Abril	Mitú	Participación que promueven la cooperación ciudadana, en pro de un objetivo especial como el apoyo a las comunidades indígenas.	<ul style="list-style-type: none"> * Incentivar actividades sociales en pro del desarrollo comunitario del país 	<ul style="list-style-type: none"> * Entrega de material publicitario P.O.P (bolsas, esferos, agenda) * Apoyo pasacalle * Apoyo de la Base de Mitú 	<ul style="list-style-type: none"> * Acercamiento con el público general creando interés en oportunidad de negocio
29	Expoestatal	7 y 9 de Mayo	Bogotá		<ul style="list-style-type: none"> * Presencia de marca en el evento Multisectorial mas grande del País, que reúne autoridades nacionales, proveedores del Estado de las diferentes regiones de Colombia, y público en general. * Apoyo a las actividades culturales y militares * Promover Tarifa Militar y Silla del Héroe por medio de la gestión comercial 	<ul style="list-style-type: none"> * Entrega de volantes impresos de GSED, silla del héroe, tarifa militar * Stand de 10.5 mts * Skyline * Apoyo contratos interadministrativos 	<ul style="list-style-type: none"> * Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada

Plan de Participación Ciudadana 2013



DIRECCIÓN COMERCIAL SATENA
ÁREA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD
EVENTOS 2013

N°	EVENTO	FECHA	LUGAR	RESPONSABILIDAD SOCIAL	OBJETIVO	APOYO	RESULTADO
30	XVIII Congreso Nacional de Agencias de Viajes ANATO-CTG	6 y 7 de Mayo	Cartagena		* Presencia de marca ante las más de 400 agencias de viajes y turismo, funcionarios del gobierno y periodistas asistentes. * Fortalecer las alianzas estratégicas con las agencias de viajes asistentes	* Participación especial del Sr. Presidente SATENA BGA. Carlos Eduardo Montealegre y del Director Comercial Juan Carlos Gutiérrez * Ubicación de un pendón marca SATENA	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
31	Entrega especial Revista Volar Edición 52	8 de Mayo	San Andrés		* Entrega de revistas volar Edición 52 a las principales autoridades de la región	* Envío de 230 revistas * Apoyo de la base de ADZ	* Acercamiento con el público general y autoridades gubernamentales creando interés en oportunidad de negocio
32	Workshop Ladevi	8 de Mayo	Bogotá		* Información sobre: rutas, tarifas de empaquetamiento y destinos	* Entrega de material publicitario P.O.P (bolsas, esferos, revista, agenda) * Apoyo de material visual (pendones)	* Acercamiento con el público general y agencias mayoristas creando interés en oportunidad de negocio
33	Workshop Ladevi	8 de Mayo	Medellín		* Información sobre: rutas, tarifas de empaquetamiento y destinos	* Entrega de material publicitario P.O.P (bolsas, esferos, revista, agenda) * Apoyo de material visual (pendones)	* Acercamiento con el público general y agencias mayoristas creando interés en oportunidad de negocio
34	Desayuno con las agencias de viaje en Quibdó	8 de Mayo	Quibdó		* Información del portafolio de servicios a las agencias participantes al evento * Información sobre tarifas y destinos * Obtención de clientes potenciales * Promoción y divulgación de marca	- 1 Caja de libretas (80 unidades) - 1 Caja de bolsas cambre (150 unidades) - 2 Cajas de esferos (100 unidades) - 1 Caja Sticky Notes (50 unidades) - 2 Cajas de termos (48 unidades) - Participación del director comercial SATENA	* Acercamiento con el público general y agencias mayoristas creando interés en oportunidad de negocio
35	II Foro nuestro cabello, nuestra resistencia con San Andres" QUIBDO	11 de Mayo	Cali		* Apoyo a las actividades culturales y sociales de la región * Promover la ruta	- 100 Esféros - 50 Bolsas Cambre - 230 ejemplares de la edición 52 de la Revista Volar - 150 ejemplares de la revista aeronáutica - 60 Gorras - 1 Punto de Contacto - 1 Dummie	* Contribuímos al desarrollo social y cultural de la región
35	II Foro nuestro cabello, nuestra resistencia con San Andres" QUIBDO	11 de Mayo	Cali		* Apoyo a las actividades culturales y sociales de la región * Promover la ruta	- 100 Esféros - 50 Bolsas Cambre - 230 ejemplares de la edición 52 de la Revista Volar - 150 ejemplares de la revista aeronáutica - 60 Gorras - 1 Punto de Contacto - 1 Dummie	* Contribuímos al desarrollo social y cultural de la región
36	Día de la Madre	12 de Mayo			* Promover actividades lúdicas y culturales al interior de SATENA * Pertenencia de marca	-Entrega de 150 cobijas	



REPÚBLICA DE COLOMBIA

libertad y orden

GSED

Plan de Participación Ciudadana 2013



DIRECCIÓN COMERCIAL SATENA ÁREA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD EVENTOS 2013							
N°	EVENTO	FECHA	LUGAR	RESPONSABILIDAD SOCIAL	OBJETIVO	APOYO	RESULTADO
37	Nueva Frecuencia en la ruta VVC-BOG-VVC	20 de Mayo	Villavicencio	Ampliación de una nueva frecuencia que abre la posibilidad para optar por más opciones de vuelos para esta localidad.	<ul style="list-style-type: none"> * Incentivar la ruta VVC-BOG-VVC * Entrega de cuatro tiquets premio por la apertura de la nueva frecuencia * Apoyar la gestión comercial de la base de VVC * Visita de funcionarios de la Dirección Comercial al aeropuerto de VVC 	<ul style="list-style-type: none"> * Entrega de material publicitario P.O.P (bolsas, esferos, pad mouse, agenda) * Apoyo base VVC 	<ul style="list-style-type: none"> * Información y divulgación sobre las nuevas frecuencias en la ruta VVC-BOG-VVC * Gestión comercial sobre rutas y destinos
38	II Encuentro de Cuentas Corporativas- Viajes Chapinero L'alianxa	25 y 26 de Mayo	Girardot		<ul style="list-style-type: none"> * Presentación del portafolio comercial a las agencias de viajes que conforman el grupo L'alianxa, así como la comunicación de nuevas estrategias comerciales implementadas 	<ul style="list-style-type: none"> * Promoción y divulgación de marca a través de la entrega de material publicitario P.O.P (bolsas, esferos, porta esferos) 	<ul style="list-style-type: none"> * Oportunidad de negocios con agencias mayoristas participantes al evento * Comunicación directa con las agencias interesadas en manejar paquetes turísticos y tarifas de grupos
39	Entrega especial Revista Volar Edición 53	8 de Mayo	Inírida		<ul style="list-style-type: none"> * Entrega de revistas volar Edición 53 a las principales autoridades de la región 	<ul style="list-style-type: none"> * Envío de 230 revistas * Apoyo de la base de PDA 	<ul style="list-style-type: none"> * Acercamiento con el público general y autoridades gubernamentales creando interés en oportunidad de negocio
40	Primer festival amazónico - Universidad de la Amazonia - SEU	30 de Mayo	Bahía Solano		<ul style="list-style-type: none"> * Apoyo a las actividades culturales que permitan integración y fortalecimiento de turismo * Fortalecimiento y divulgación de la ruta de Bahía Solano * Trabajar conjuntamente con las autoridades locales en pro del desarrollo de la región * 2 Tiquete Round trip pagado impuestos Código tiquetes premio 	<ul style="list-style-type: none"> * Material P.O.P como apoyo a la gestión realizada 	<ul style="list-style-type: none"> * La entrega de los tiquetes acordados sirvió para generar credibilidad y recordación de marca * Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
41	Turismo Negocia	30 de Mayo	Pasto		<ul style="list-style-type: none"> * Incentivar el turismo a nivel Nacional * Información sobre: rutas, tarifas de empaquetamiento y destinos en general 	<ul style="list-style-type: none"> * Entrega de material publicitario P.O.P (bolsas, esferos, revista) * Apoyo de material visual (pendones) * Mesa de trabajo * Apoyo base AUC 	<ul style="list-style-type: none"> * Acercamiento con el público general y agencias mayoristas creando interés en oportunidad de negocio
42	XVI Arpa de Oro Saravena	del 31 de Mayo al 3 de Junio	Saravena		<ul style="list-style-type: none"> * Apoyo a las actividades lúdicas y regionales * Incentivar el turismo en la región 	<ul style="list-style-type: none"> - 150 Gorras - 150 Tulas - 4 Pasacalles - 1 Dummie - Mailing representativo del evento - Apoyo base Saravena 	<ul style="list-style-type: none"> * Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
43	El día del Campesino	9 de Junio	Puerto Inírida		<ul style="list-style-type: none"> * Apoyo a las actividades culturales que permitan integración y fortalecimiento de turismo * Fortalecimiento y divulgación de la ruta Inírida 	<ul style="list-style-type: none"> - 30 Gorras - 30 Bolsas Cambrell 	<ul style="list-style-type: none"> * Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada

Plan de Participación Ciudadana 2013



DIRECCIÓN COMERCIAL SATENA							
ÁREA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD							
EVENTOS 2013							
N°	EVENTO	FECHA	LUGAR	RESPONSABILIDAD SOCIAL	OBJETIVO	APOYO	RESULTADO
44	Programa Nacional de Servicio al Ciudadano (PNSC)	15 de Junio	San José del Guaviare		<ul style="list-style-type: none"> * Incentivar el turismo a nivel Nacional * Información sobre: rutas, tarifas de empaquetamiento y destinos en general 	<ul style="list-style-type: none"> * Entrega de material publicitario P.O.P (bolsas, esferos, revista, porta taco, porta esferos, pad mouse, agenda) * Apoyo de material visual (pendones) * Mesa de trabajo * Apoyo base AUC 	<ul style="list-style-type: none"> * Acercamiento con el público general y agencias mayoristas creando interés en oportunidad de negocio
45	Festival folclórico de la amazonía - San Pedro en Florencia	17 al 23 de Junio	Florencia		<ul style="list-style-type: none"> * Apoyo a las actividades culturales que permitan integración y fortalecimiento de turismo * Fortalecimiento y divulgación de la ruta de Florencia * Trabajar conjuntamente con las autoridades locales en pro del desarrollo de la región * 1 Tiquete Round trip pagado impuestos Código tiquetes premio 	<ul style="list-style-type: none"> * Material P.O.P como apoyo a la gestión realizada. * Apoyo de la base de Florencia * 1 Dummie 	<ul style="list-style-type: none"> * La entrega de los tiquetes acordados sirvió para generar credibilidad y recordación de marca * Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
46	XVIII Festival Folclórico del Piedemonte Amazónico - San Pedro en el Caqueta	27 al 30 de Junio	Florencia		<ul style="list-style-type: none"> * Apoyo a las actividades culturales que permitan integración y fortalecimiento de turismo * Fortalecimiento y divulgación de la ruta de Florencia * Trabajar conjuntamente con las autoridades locales en pro del desarrollo de la región * 1 Tiquete Round trip pagado impuestos Código tiquetes premio 	<ul style="list-style-type: none"> * Material P.O.P como apoyo a la gestión realizada. * Apoyo de la base de Florencia 	<ul style="list-style-type: none"> * La entrega de los tiquetes acordados sirvió para generar credibilidad y recordación de marca * Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
47	Macrorruedas de Negocios "Compre Colombiano" - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	28 de Junio	Bogotá		<ul style="list-style-type: none"> * Incentivar el turismo a nivel Nacional * Información sobre: rutas, tarifas de empaquetamiento y destinos en general 	<ul style="list-style-type: none"> * Entrega de material publicitario P.O.P (bolsas, esferos, revista, porta taco, porta esferos, pad mouse, agenda) * Apoyo de material visual (pendones) * Mesa de trabajo * Apoyo base AUC 	<ul style="list-style-type: none"> * Acercamiento con el público general y agencias mayoristas creando interés en oportunidad de negocio
48	Festival Internacional de Cine Caribe en Necoclí Urabá	28 al 30 de Junio	Apartadó		<ul style="list-style-type: none"> * Apoyo a las actividades culturales que permitan integración y fortalecimiento de turismo * Fortalecimiento y divulgación de la ruta de Apartadó * Trabajar conjuntamente con las autoridades locales en pro del desarrollo de la región * 2 Tiquete Round trip pagado impuestos Código tiquetes premio 	<ul style="list-style-type: none"> * Material P.O.P como apoyo a la gestión realizada 	<ul style="list-style-type: none"> * La entrega de los tiquetes acordados sirvió para generar credibilidad y recordación de marca * Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada



Ministerio de Defensa Nacional
REPUBLICA DE COLOMBIA



GSED

Plan de Participación Ciudadana 2013



DIRECCIÓN COMERCIAL SATENA ÁREA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD EVENTOS 2013							
N°	EVENTO	FECHA	LUGAR	RESPONSABILIDAD SOCIAL	OBJETIVO	APOYO	RESULTADO
49	Concurso de Dibujo Municipio de BT - Quibdó	13 de Julio	Quibdó		* Apoyo a las actividades culturales que permitan integración y fortalecimiento de turismo * Fortalecimiento y divulgación de la ruta de Quibdó * Trabajar conjuntamente con las autoridades locales en pro del desarrollo de la región	* Entrega de 2 tiquetes premio ID tiquetes premio 2013 * Material P.O.P como apoyo a la gestión realizada. * Apoyo de la base de Quibdo	* La entrega de los tiquetes acordados sirvió para generar credibilidad y recordación de marca * Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
50	VI Feria Aeronáutica Internacional	11 al 14 De Julio	Rionegro		* Apoyo a las actividades culturales y militares * Promover Tarifa Militar y Silla del Héroe por medio de la gestión comercial	* Entrega de material publicitario (bolsas, esferos,manillas, revista volar, identificadores de maletas) * Elaboración del diseño, montaje y desmontaje del stand a cargo del Área de Mercadeo y Publicidad	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada * Fortalecimiento de las alianzas estratégicas
51	Torneo Nacional de Golf - Club Militar de Golf	12 al 21 de Julio	Sopo		* Apoyo a las actividades culturales y militares * Promover Tarifa Militar y Silla del Héroe por medio de la gestión comercial * Dos Tiquetes Premios código tiquetes premio	* Entrega de material publicitario P.O.P (bolsas, esferos, pad mouse, agenda) * Apoyo de material visual (pendones y pasacalles)	* Oportunidad de negocios con los asistentes al evento * Difusión de información sobre la rutas y tarifa militar y silla del héroe
52	Vuelo Charter Equipo profesional de Fútbol Santa Fé	14 de Julio	Medellín		* Apoyo a wuelos chartes con el fin de lograr posicionamiento de Marca * Apoyo a las actividades deportivas * Promover la ruta EOH-BOG-EOH	* Entrega de material publicitario P.O.P (termo, cobija, esfero)	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
53	Vuelo Charter Equipo profesional de Fútbol Nacional de Medellín	17 de Julio	Bogotá		* Apoyo a wuelos chartes con el fin de lograr posicionamiento de Marca * Apoyo a las actividades deportivas * Promover la ruta BOG - EOH - BOG	* Entrega de material publicitario P.O.P (termo, libreta, esfero)	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
54	Apertura nueva frecuencia BOG-LCM-BOG	19 de Julio	Bogotá		* Apoyo a la nueva frecuencia en la ruta BOG-LCM-BOG a partir del 19 de Julio. BOG-LCM los días viernes 09:18 y LCM-BOG domingos 14:14 * Promover la ruta BOG-LCM-BOG	* Entrega de material publicitario P.O.P (termo, libreta, esfero)	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
55	Apertura nueva frecuencia BOG-LCM-BOG	26 de Julio	Bogotá		* Apoyo a la nueva frecuencia en la ruta BOG-LCM-BOG a partir del 19 de Julio. BOG-LCM los días viernes 09:18 y LCM-BOG domingos 14:14 * Promover la ruta BOG-LCM-BOG	* Entrega de material publicitario P.O.P (termo, libreta, esfero)	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada

Plan de Participación Ciudadana 2013



DIRECCIÓN COMERCIAL SATENA
 ÁREA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD
 EVENTOS 2013

N°	EVENTO	FECHA	LUGAR	RESPONSABILIDAD SOCIAL	OBJETIVO	APOYO	RESULTADO
56	XXVI Feria Agropecuaria Tame 2013	26 al 28 de Julio	Tame		* Apoyo a las actividades lúdicas y regionales * Incentivar el turismo en la región	- 120 gorras - 1 Dummie - Mailing representativo del evento - Apoyo base Tame con entrega de 1 tiquete premio a los organizadores del evento - Entrega de 1 tiquete premio por parte del Área de Mercadeo y Publicidad a los organizadores del evento. ID tiquetes premio 2013	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
57	Feria de las Flores	2 al 11 de agosto	Medellín		* Promover el turismo de la región * Promover marca Satena * Incentivar actividades culturales	* 200 abanicos conmemorativos feria de flores * 200 abanicos marca SATENA * Apoyo base Medellín	* Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
58	II Encuentro Sur Colombiano del Baile el Yasireño	del 2 al 4 de Agosto de 2013	San Vicente del Caguán		* Apoyo a las actividades culturales que permitan integración y fortalecimiento de turismo * Fortalecimiento y divulgación de la ruta * Trabajar conjuntamente con las autoridades locales en pro del desarrollo de la región * 1 Tiquete Round trip pagado impuestos Código tiquetes premio ruta BOG-FLA-BOG	* 1 Dummie * 60 Gorras * 4 Pendones * 100 viseras * Apoyo de la base de San Vicente	* La entrega del tiquete acordado sirvió para generar credibilidad y apoyo al evento * Se generó recordación de marca a través de la gestión realizada
59	Programa Nacional de Servicio al Ciudadano (PNSC)	3 de Agosto	Leticia		* Incentivar el turismo a nivel Nacional * Información sobre: rutas, tarifas de empaquetamiento y destinos en general	* Apoyo de material visual (pendones) * Mesa de trabajo * Apoyo base LET	* Acercamiento con el público general y agencias mayoristas creando interés en oportunidad de negocio