

## A. PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS, SUGERENCIAS Y DENUNCIAS

SATENA cuenta con canales electrónicos, para atender las peticiones que realizan los usuarios, como son: página web [www.satena.com](http://www.satena.com) – atención al usuario, y con el correo electrónico [cliente@satena.com](mailto:cliente@satena.com)

### 1. ESTADO SOLICITUDES PENDIENTES

#### 1.1. PERIODO ANTERIOR OCT\_DIC 2017

RECIBIDAS TOTAL PERIODO ANTERIOR	RESUELTAS A LA FECHA	PENDIENTE POR RESOLVER	No. DE DIAS VENCIDOS	% PENDIENTES POR RESOLVER
1774	1774	0	0	0

#### 1.2. PERIODO ACTUAL ENE\_MAR 2018

TOTAL RECIBIDAS	RESUELTAS A LA FECHA	PENDIENTE POR RESOLVER VENCIDAS	No. DE DIAS VENCIDOS	% PENDIENTES POR RESOLVER VENCIDAS
1483	1462	0	0	0

#### 1.3. GESTION DE PQRS VENCIDAS

DEPENDENCIAS O ENTIDADES	REITERACIONES	RESPUESTAS DEFINITIVAS
Satena	0	0
TOTAL	0	0

## 2. RESULTADO DE LAS SOLICITUDES RECIBIDAS EN EL TRIMESTRE

DEPENDENCIAS O ENTIDADES	PETICIONES	QUEJAS	RECLAMOS	SUGERENCIAS	DENUNCIAS	CONSULTAS / CONTACTOS	TOTALES
SATENA	645	40	178	7	0	613	1483
TOTAL	645	40	178	7	0	613	1483

Notas.

Peticiones. Se relacionan los derechos de petición recibidos por la oficina jurídica 121

Se relacionan certificaciones dados a los usuarios 524

Quejas. Para el caso los registros, corresponden a inconformidad en la prestación del servicio y se dan contestación como reclamos.

Denuncias. Para el caso los registros, corresponden a inconformidad en la prestación del servicio y se dan contestación como reclamos.  
Contactos. Consultas de información del servicio

### 3. SOLICITUDES POR CLASE DE ASUNTO

A continuación, se relacionan los motivos, por los cuales se generaron requerimientos por parte de los usuarios, enfocados a la prestación del servicio y temas de la operación.

CLASE DE ASUNTO	PETICIONES	QUEJAS	RECLAMOS	SUGERENCIAS	DENUNCIAS	CONSULTAS	SUBTOTAL	%
Aspectos Misionales	645	40	178	7	0	613	1483	100%
TOTAL GENERAL	645	40	178	7	0	613	1483	100%

### 4. SOLICITUDES RECIBIDAS POR MEDIO DE RECEPCIÓN

Establecer las solicitudes recibidas a través de los diferentes medios disponibles.

MEDIO DE RECEPCIÓN	TOTAL	%
Carta	96	6%
Correo Electrónico	597	40%
Página web	790	53%
TOTAL	1483	100%

### 5. ANALISIS DE CAUSAS Y ACCIONES CORRECTIVAS DE PQRS

Con el objetivo de minimizar las reclamaciones de los Usuarios, la Entidad analiza y evalúa los motivos de los PQRs, en la reunión de producto no conforme en forma mensual y otras reuniones de acuerdo a las necesidades, para tratar los temas de servicio.

El Grupo de Servicio al Cliente realiza diferentes reuniones y capacitaciones en Servicio con los líderes de las áreas de Cara al Cliente para lograr trabajo en equipo, evaluación de procedimientos de acuerdo con las necesidades de los Usuarios y capacitación en temas normativos y de Servicio.

Servicio al Cliente brinda apoyo en Servicio a los Usuarios en los aeropuertos y agencias comerciales, logrando solución inmediata a inconvenientes con la operación, satisfacción de las necesidades de los Usuarios, evitando reclamaciones y mejorando la imagen de la Entidad.

## 6. IMPACTO DEL SERVICIO EN LOS USUARIOS

### 6.1. Medición de satisfacción

Satena realiza encuesta a los usuarios, resultados que se presentan para el informe del segundo trimestre 2018.

TRAMITES/SERVICIOS EVALUADOS EN EL PERIODO	NUMERO DE PERSONAS QUE PARTICIPAN EN LA EVALUACION	CALIFICACION
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A
Total	Total	N/A

### 6.2. Pronunciamientos favorables y desfavorables recibidos durante el período así:

Conceptos favorables	Cantidad
Felicitaciones	6

Conceptos Desfavorables	Cantidad
Quejas	40
Reclamos	178

## 7. Conclusiones

En el primer trimestre de 2018 se recibieron 1483 solicitudes de los usuarios, comparando con el cuarto trimestre 2017, donde se recibieron 1774, presentando una disminución de 291 solicitudes, todas enfocadas a la prestación del servicio.

En el primer trimestre se evidencia que los usuarios vienen utilizando como canal de comunicación la web, donde esta representó el 53% de las solicitudes recibidas.

## B. DEMOCRATIZACION DE LA GESTION PUBLICA

Se relacionan los eventos en los cuales participo Satena a través de la Dirección Comercial en el primer trimestre de 2018.

EVENTO	FECHA	LUGAR	OBJETIVO	ACCIÓN	RESULTADO
Carnaval de Negros y Blancos	Del 5 al 6 de Enero	Villagarzón	Apoyar el evento y festividad de los carnavales de Villagarzón.	La Dirección Comercial otorgo: *60 bolsas cambrel *50 ponchos *250 golpeadores	Posicionamiento de marca. Información de la compañía. Presencia de la compañía. Impulso turístico del destino.
Carnaval de Negros y Blancos	Del 2 al 7 de Enero	Pasto	Apoyar el evento y festividad más importante y reconocida del departamento de impulsando nuestro destino como atractivo turístico.	- La Dirección Comercial otorgo 25 TKT (RT). - El apoyo brindado fue exclusivamente para el Carnaval.	- Posicionamiento de marca - Información de la compañía - Presencia de la compañía
Carnavales del Fuego	Del 8 al 13 de Febrero	Tumaco	-Mostrar la inteligencia y potencial comercial siendo la única aerolínea que vuela a más destinos a nivel nacional. - Impulsar el turismo en los diferentes destinos a los que vuela SATENA. - Posicionamiento de marca frente al público Nacional e Internacional. - Generar negociaciones seguras y económicamente favorables.	Presencia de marca por medio de un Dummie y unos portapendones	- Posicionamiento de marca - Presencia de la compañía
XXXVII VITRINA TURÍSTICA - ANATO 2018	Del 21 al 23 de Febrero	Bogotá	-Mostrar la inteligencia y potencial comercial siendo la única aerolínea que vuela a más destinos a nivel nacional. - Impulsar el turismo en los diferentes destinos a los que vuela SATENA. - Posicionamiento de marca frente al público Nacional e Internacional. - Generar negociaciones seguras y económicamente favorables.	*Entrega de material promocional (Bolsas cambrel, tulas, mugs, esferos, calendarios, cuadernos y revistas) *Negociaciones comerciales favorables para la empresa desde las áreas de la Comercial.	- Posicionamiento de marca - Presencia de la compañía

Información: Participación Ciudadana - Director Comercial		
Ciudad	Mes	Evento: Objetivo
Quibdó	Enero	Visita Base Quibdó: Acompañamiento Coordinador Base, contactos comerciales y fuerzas militares.
San Vicente	Enero	Apertura Ruta San Vicente: Acompañamiento vuelo inaugural con el Agente Comercial, medios de comunicación, fuerzas militares y entidades del estado.
Bogotá	Febrero	Visita Agencia de Viajes Aviatour: Acuerdos comerciales y alianzas estratégicas para SATENA.
Bogotá	Febrero	Encuentro con algunas de las Agencias de Viajes más vendedoras de SATENA en la XXXVII VITRINA TURÍSTICA - ANATO 2018. Presentación del portafolio comercial, alianzas comerciales.
Bogotá	Marzo	Encuentro con Aerolíneas: Viva Colombia, Copa Airlines, Lufthansa. Acercamientos, acuerdos y alianzas comerciales
Bogotá	Enero a Marzo	Agencias de Viajes y Turismo de la zona y empresas en Bogotá: Visitas y acompañamiento.

### C. LUCHA CONTRA LA CORRUPCION

#### Tic para la Gestión y Seguridad y Privacidad de la Información.”

Durante el primer trimestre de 2018 se avanzó en los aspectos de la matriz de MSPI (Matriz de Seguridad y Privacidad de la Información), respecto al Componente “Planificación y Modelo de Madurez Nivel Gestionado” para lo cual el Departamento de TI realizó las siguientes actividades:

1. Actualización del Manual de T.I.
2. Elaboración de la Política Corporativa de Seguridad de la Información.
3. Elaboración del Manual del “Manual de Políticas de Seguridad de la Información”.

La divulgación de la información a la Alta Dirección y a los funcionarios se realizará en el mes de abril de 2018 en reunión del Comité de S.I.

En el siguiente cuadro se indica los avances de nuestro Plan Anticorrupción

Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano					
Componente 1: Gestión del Riesgo de Corrupción - Mapa de Riesgos de Corrupción					
Subcomponente/procesos	ACTIVIDADES		META O PRODUCTO	RESPONSABLE	Fecha programada
Subcomponente/proceso 1 Política de Administración de Riesgos	1.1	Revisar y/o actualizar la Política de administración de riesgos	Política Administración de riesgos	Jefe de Planeación	ene-18
Subcomponente/proceso 2 Construcción del Mapa de Riesgos de Corrupción	2.1	Revisar y actualizar mapa de riesgos de corrupción	Mapa de riesgos de anticorrupción	Jefe de Planeación	ene-18
Subcomponente/proceso 3 Consulta y divulgación	3.1	Definir grupos de interés de la empresa	Caracterización	Profesional Especializado Desarrollo Organizacional	ene-18
	3.2	Difundir información de interés a la ciudadanía	Información actualizada en la pagina WEB de SATENA y revista volar	Director comercial Jefe de Planeación Asesor Área de Comunicación Pública Jefe de Servicio al Cliente	Permanente
Subcomponente 1 Información de calidad y en lenguaje comprensible	1.1	Elaborar, aprobar y publicar el informe de gestión de la vigencia inmediatamente anterior	Publicar informe de gestión de la vigencia anterior	Profesional Especializado Desarrollo Organizacional	ene-18
	1.2	Realizar reuniones para determinar la información a presentar, los grupos de interés, el mecanismo para la rendición de cuentas junto con el cronograma de actividades	Actas de reunión cronograma Piezas publicitarias	Profesional Especializado Desarrollo Organizacional Jefe de Publicidad y Mercadeo Jefe de Comunicación Pública	ene-18
Subcomponente 2 Diálogo de doble vía con la ciudadanía y sus organizaciones	2.1	Generar un espacio de diálogo mediante la rendición de cuentas a la ciudadanía a través de un ejercicio participativo, bidireccional y de manera directa con nuestros Grupos de Interés.	Evento de Rendición Pública de cuentas con los diferentes grupos de interés. Participación en ferias comerciales de turismo	Profesional Especializado Desarrollo Organizacional Jefe de Comunicación Pública Director Comercial	ene-18
Subcomponente 3 Incentivos para motivar la cultura de la rendición y petición de cuentas	3.1	Elaborar y motivar con un mensaje para concientizar la importancia de la rendición de cuentas. Dar incentivos (tiquetes aéreos) a los participantes a la rendición de cuentas. Así mismo entregar material publicitario a asistentes de ferias de turismo	Rifa de (3) tiquetes aéreos en rutas de la aerolínea. entrega de 3 Kits de Material Publicitario	Jefe Publicidad y Mercadeo Jefe Comunicación Pública	ene-18