

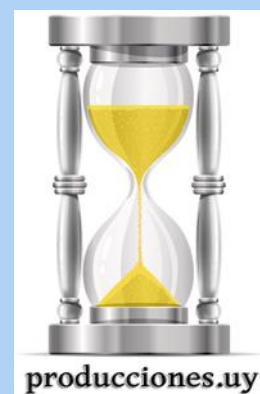


INFORME N° 10

FEBRERO DE 2015

(Información recopilada entre el 01/02/2015 y el 28/02/2015)

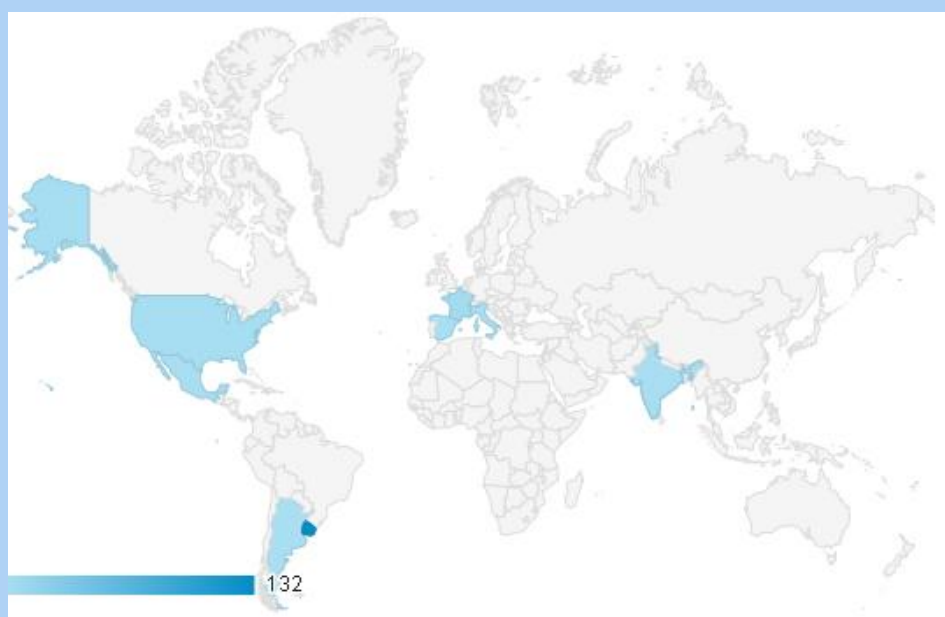
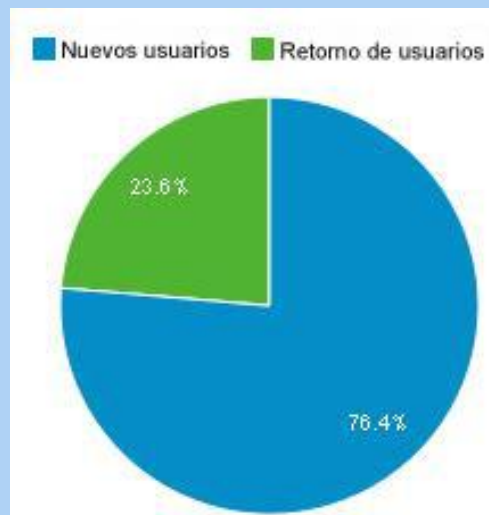
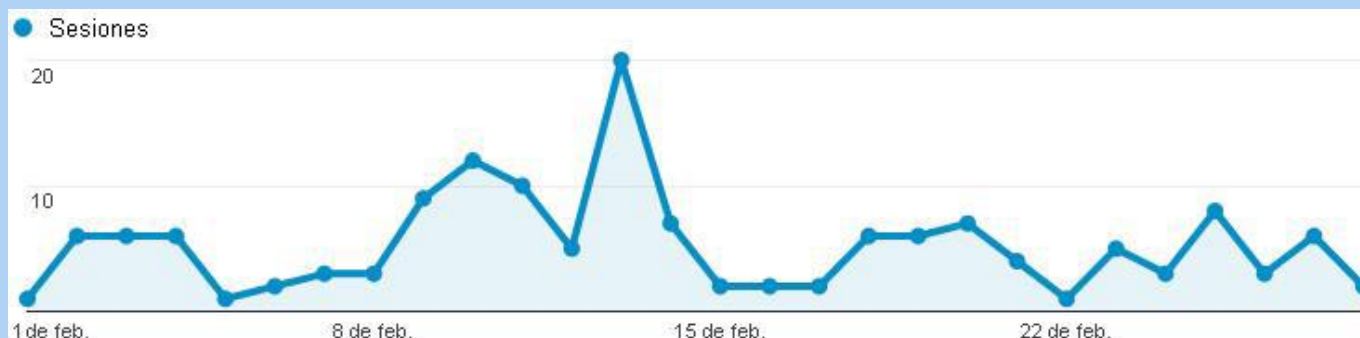
Ser el mes más corto del año y en plenas vacaciones, hacía presagiar poco movimiento; pero ocurrió exactamente lo contrario, por lo que tenemos mucha información para compartir. Pueden seguir haciendo llegar sus comentarios sobre estos informes, a la dirección de mail: info@quejese.com.uy.



VISITAS AL SITIO WEB

Cantidad de visitas: **1.424**

Promedio diario: **51**

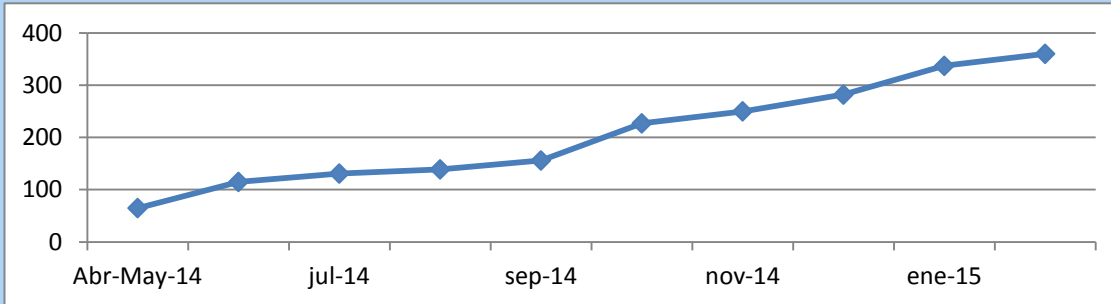


Nuevamente recibimos visitas de varios lugares, destacándose los uruguayos residentes en el exterior. Gracias a todos estos aportes superamos las 17.000 visitas al sitio web, cifra que nos llena de orgullo y compromete a continuar diariamente en la tarea de brindar este servicio de interés a la comunidad.

REPERCUSIONES EN LAS REDES SOCIALES



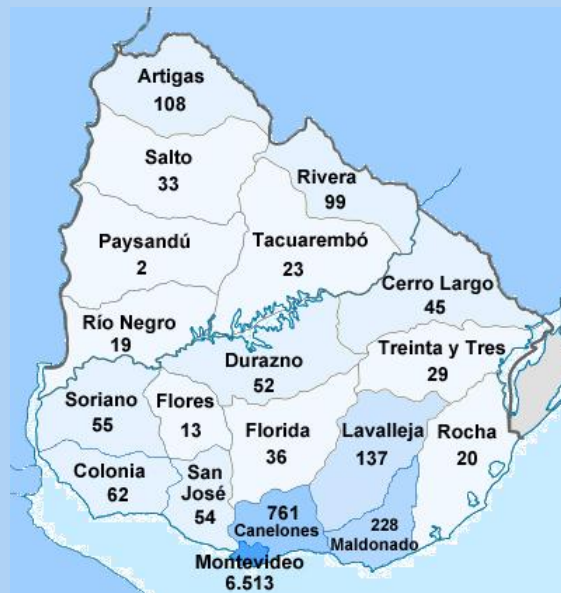
Fuente de datos: Estadísticas de www.facebook.com/quejeseuruguay (período del 01/02/2015 al 28/02/2015)



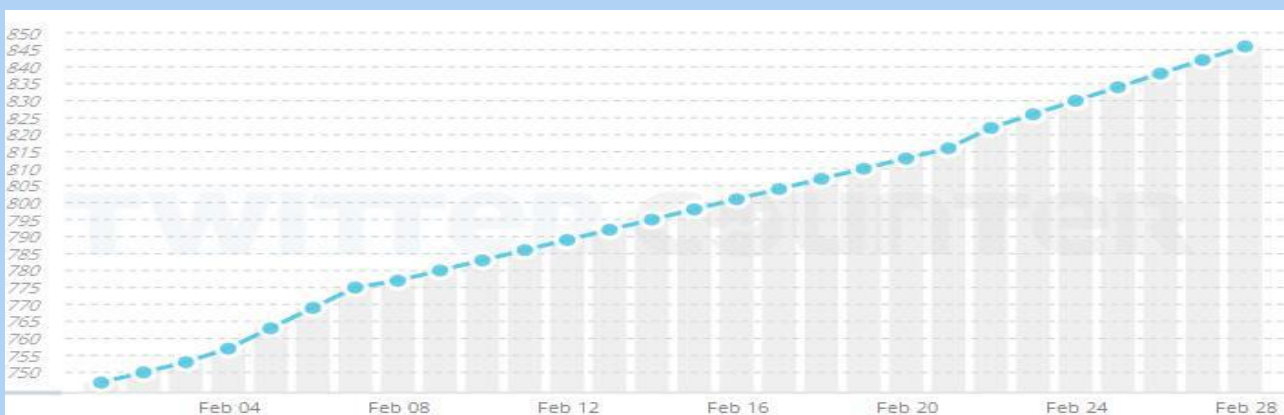
360
"Me Gusta"
(**23** en Febrero)

Origen de las visitas:

Uruguay	8.289
Exterior	398
Total	8.687

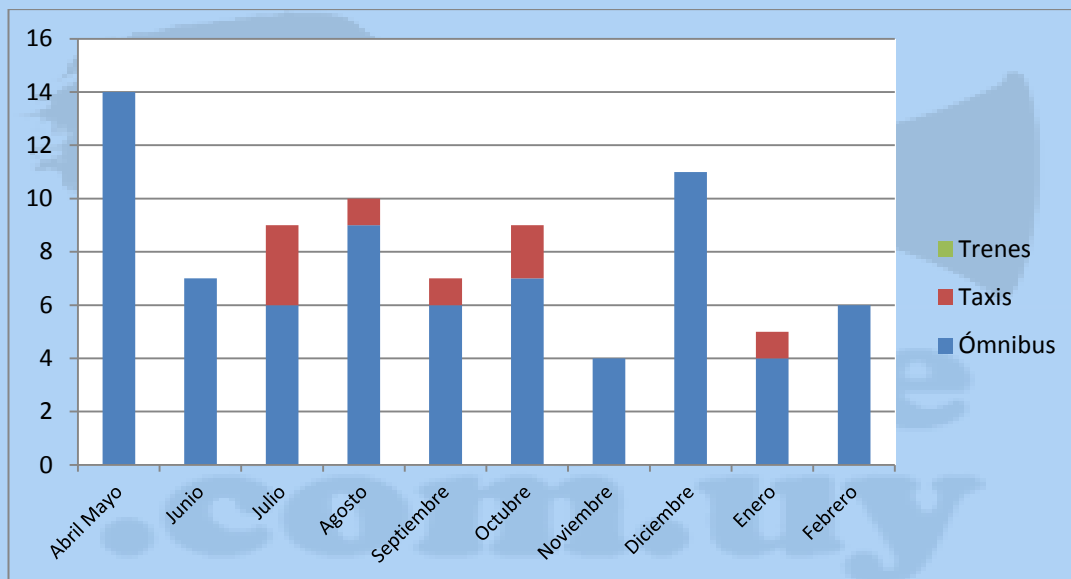


Total de seguidores de @produccionesuy: **849**



Fuente de datos: Twittercounter.com (período del 01/02/2015 al 28/02/2015)

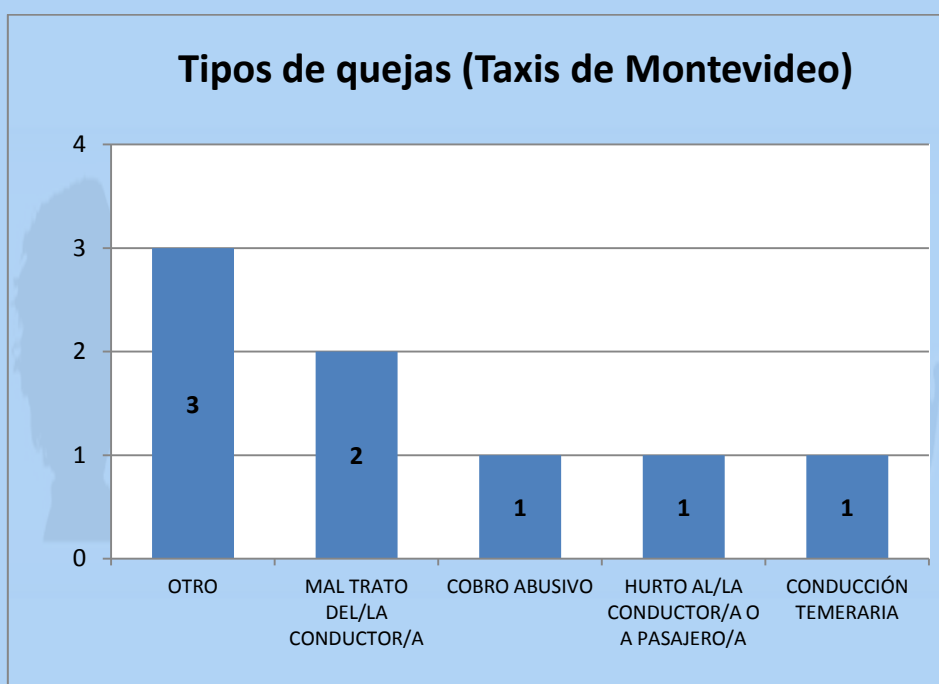
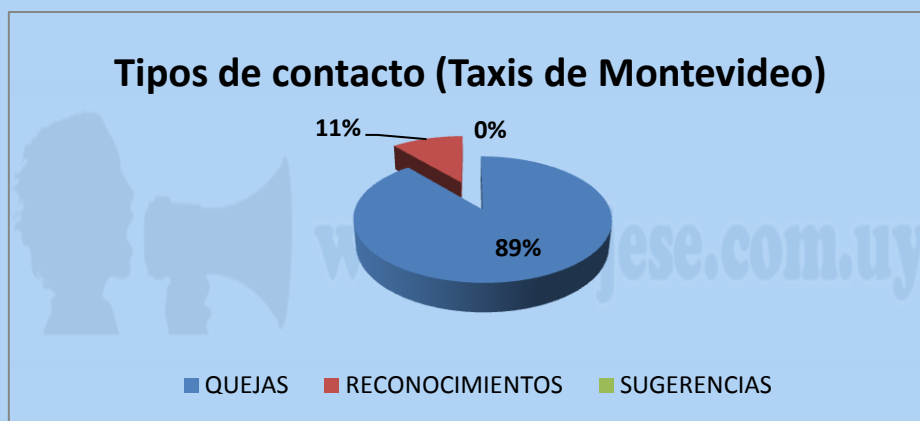
CONTACTO CON LAS EMPRESAS



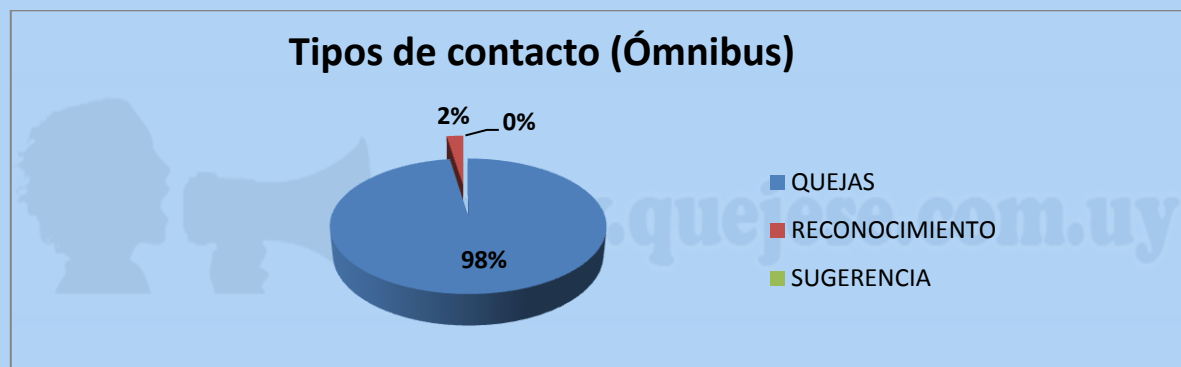
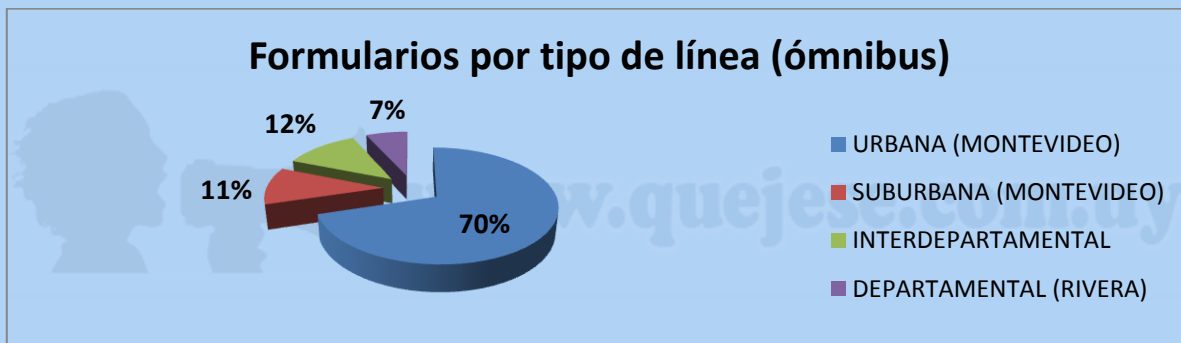
82

formularios de contacto completados desde el 12/04/2014

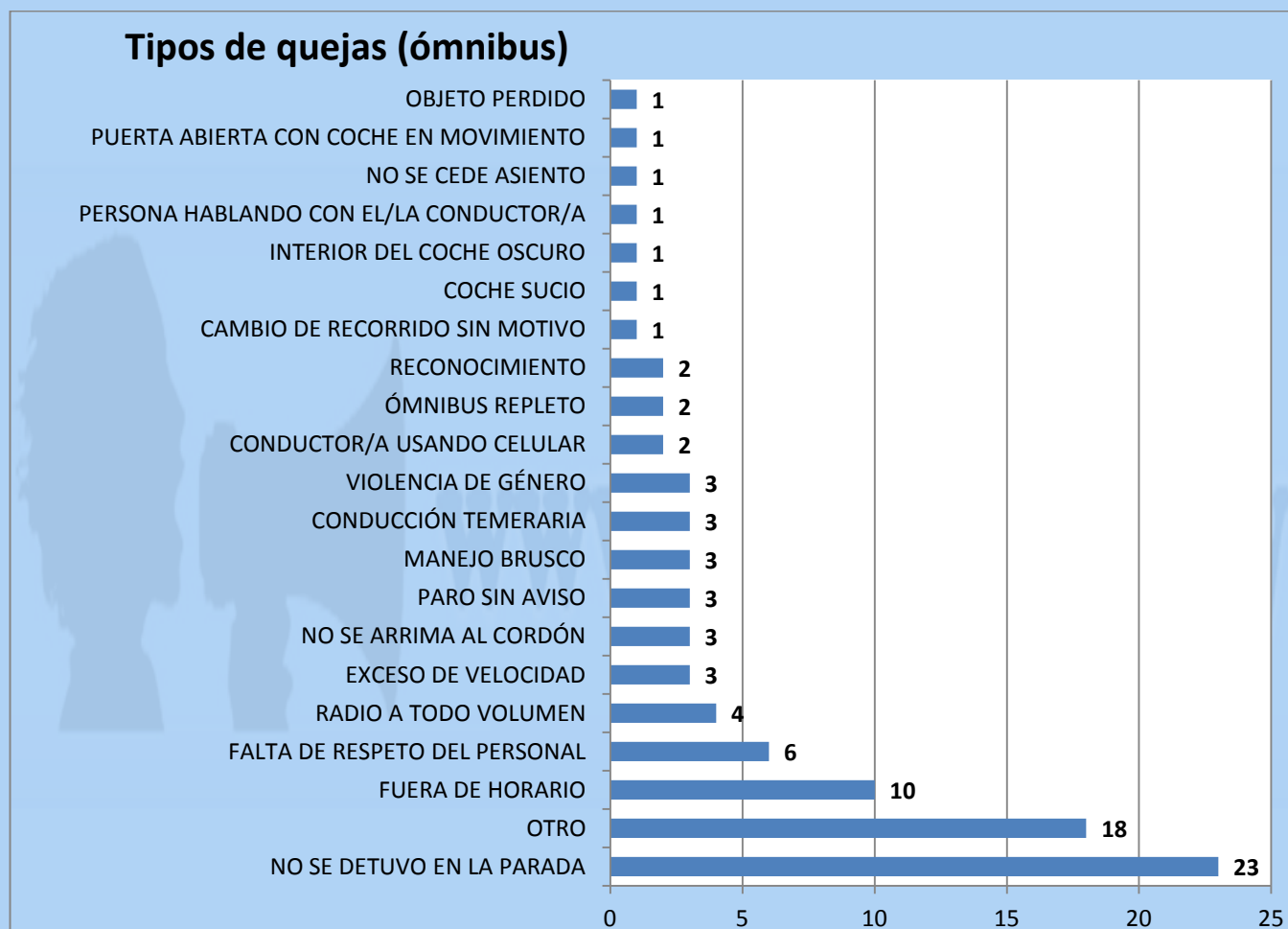
Los formularios de contacto, con las empresas de taxis de Montevideo, se clasifican de la siguiente forma (datos del 01/07/2014 al 28/02/2015):



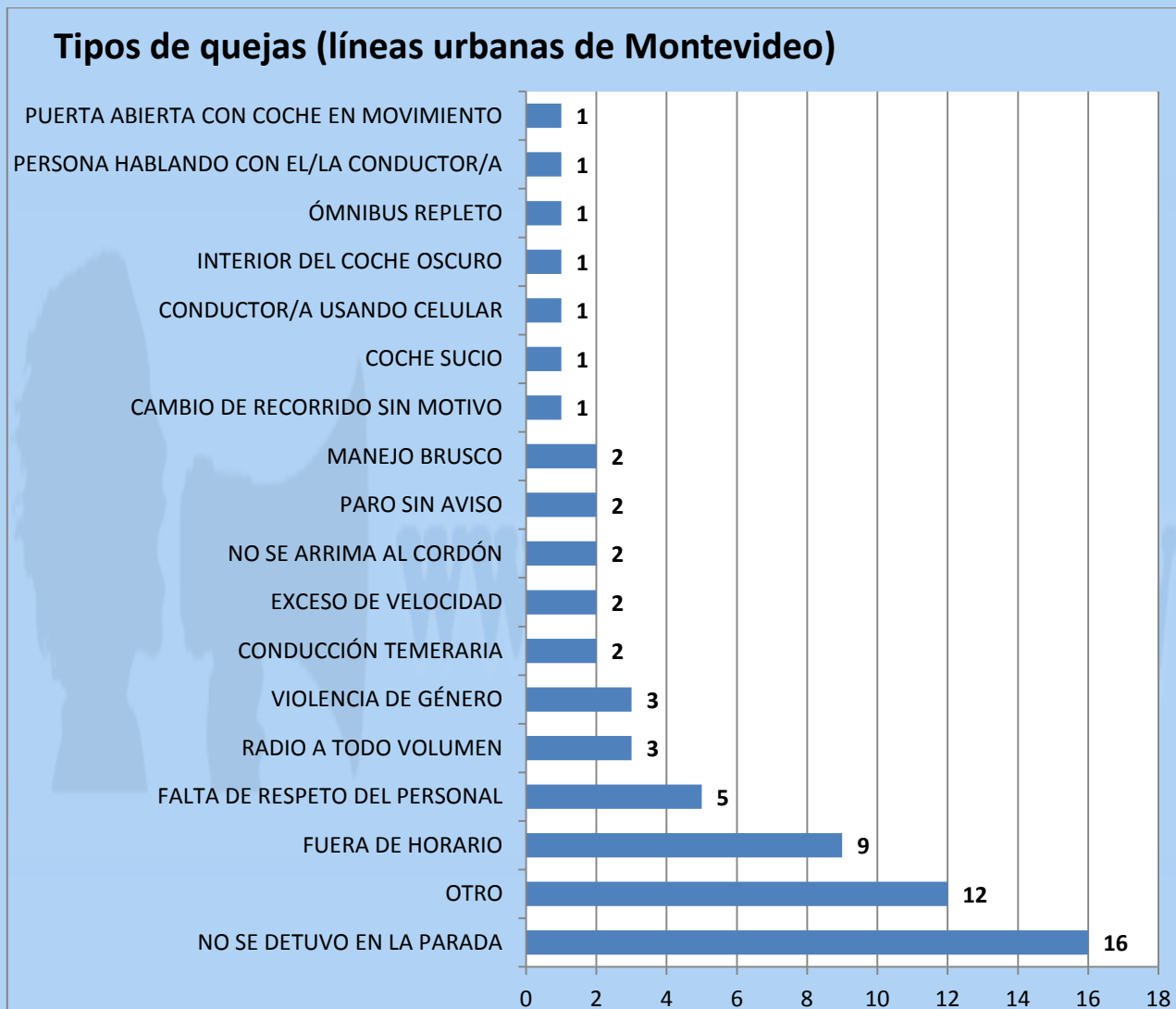
Los formularios para empresas de ómnibus, se distribuyeron como se muestra en el gráfico (los datos presentados a continuación van del 12/04/2014 al 28/02/2015):



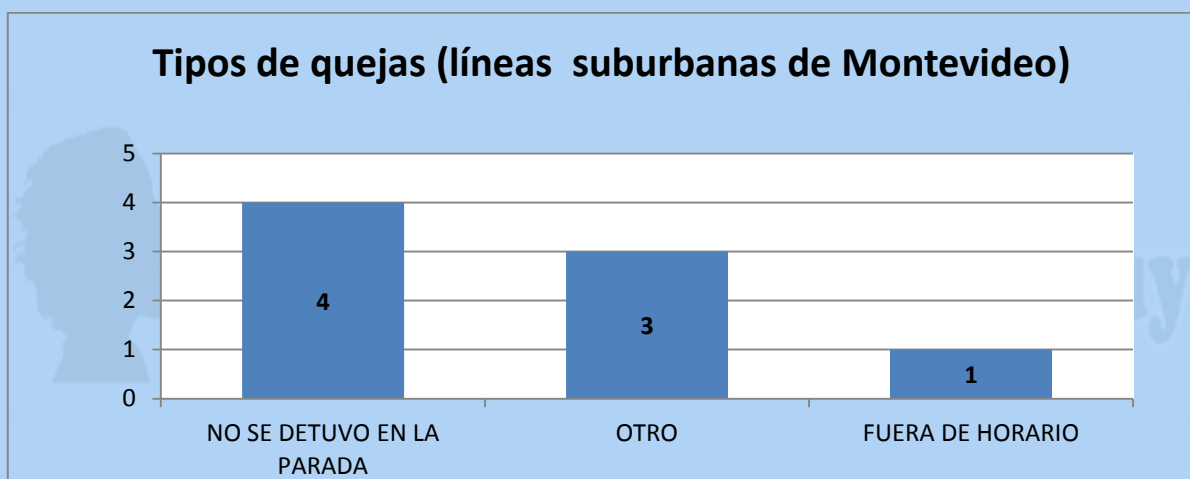
En cuanto a los tipos de quejas, los detallamos en el siguiente gráfico:



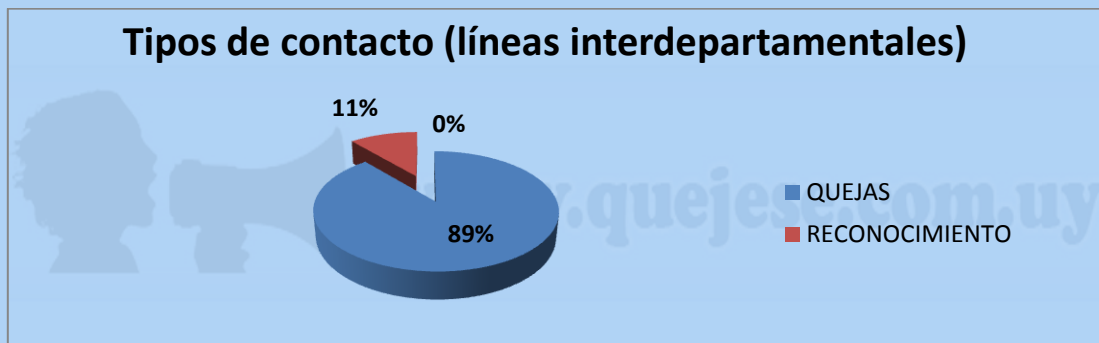
Para las líneas urbanas de Montevideo, los datos son similares a los generales, registrándose un 98% de contactos para expresar alguna queja o denuncia y un 2% de reconocimientos, a las empresas, por su buen desempeño. En cuanto al detalle de las quejas recibidas, se muestran en la siguiente gráfica:



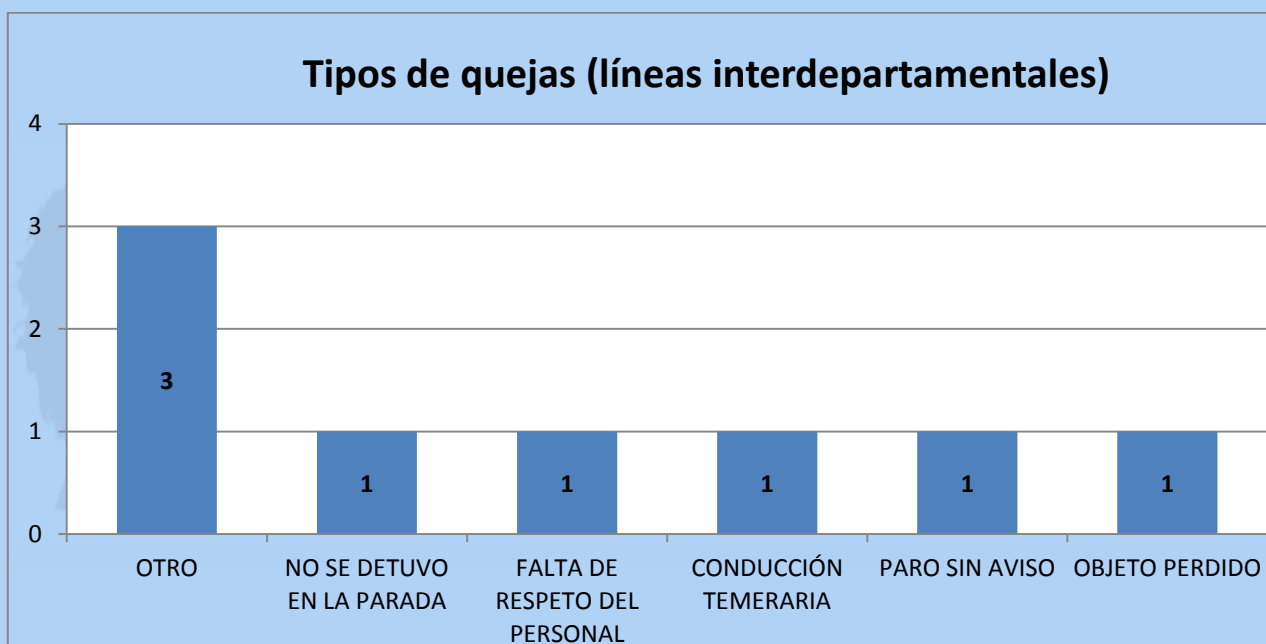
En el caso de las líneas suburbanas del área metropolitana de Montevideo, solamente se recibieron quejas, las cuales se desglosan de la siguiente forma:



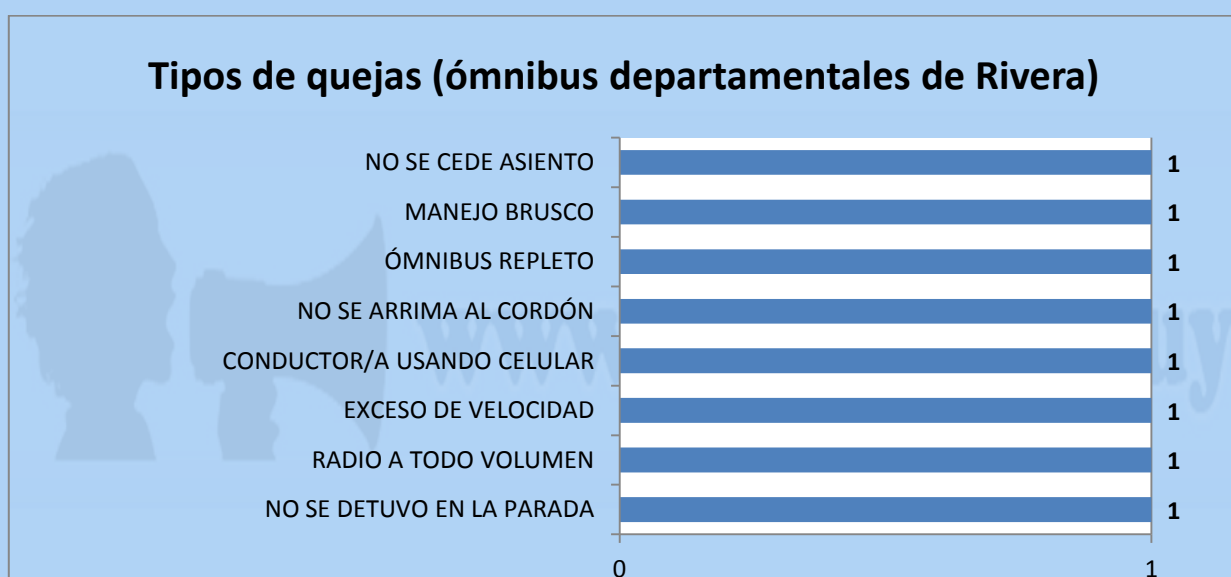
En el caso de las líneas de ómnibus interdepartamentales, los tipos de formularios recibidos se distribuyeron de la siguiente manera:



Y el detalle de las quejas recibidas fue el siguiente:



Con respecto a las empresas de ómnibus de Rivera, solamente se han recibido quejas sobre el servicio recibido y se detallan a continuación:



Pasando al fondo que hay lugar...

Así no avanzamos juntos...

El comienzo del año 2015 se caracterizó por los aumentos de casi todos los servicios y tarifas. Todos se publicitaron y generaron su correspondiente polémica, opiniones político-partidarias, convocatorias a marchas (de nulo resultado), etc.

En el medio de todo esto, ANTEL aparecía como la única empresa pública que no había realizado ajuste alguno. **Gran error**, quienes recibieron la factura de los servicios de internet, pudieron comprobar que la misma había aumentado desde el primero de enero.

iiiEl porcentaje del aumento se situó en un 19,34%!!!

Realicé la consulta a ANTEL, dado que al ser más del doble del mayor ajuste que se hizo en el resto de las empresas (el 9% de OSE), me llamaba poderosamente la atención, y también el hecho de que no se publicitara dicho aumento.

Se me respondió que el aumento había sido fijado en ese porcentaje por el Poder Ejecutivo "para hacer caja". La respuesta a mi consulta sobre por qué no lo publicitaron y por qué sigue estando el tarifario de Octubre de 2014 en su página web todavía no ha llegado ("la estamos analizando" me han contestado).

En el caso de UTE, todos nos enteramos que la propuesta de aumento fue una y que el Gobierno aumentó ese número. Podremos estar o no de acuerdo, pero la conducta de UTE para con sus clientes fue totalmente clara y publicitada.

¿Por qué ANTEL no pudo (o no quiso) hacer lo mismo?

Más allá de la competencia comercial es una Empresa Pública y como tal debe informar con transparencia y oportunidad a todos los ciudadanos, y más en este tipo de cuestiones tan sensibles.

La relación de confianza entre una empresa y un cliente se basa en informar siempre, e informar la verdad, aunque esta no sea del agrado del mismo. Y una vez que la confianza se rompe, es muy difícil recomponerla.

Como en la vida misma, si no hay confianza, si no hay sinceridad, si no hay respeto, si no hay respuestas... No me pidas después que "avancemos juntos".

Me bajo en la que viene, nos vemos en el siguiente viaje.

Mauricio Silvera