



INFORME N° 12

ESPECIAL PRIMER ANIVERSARIO

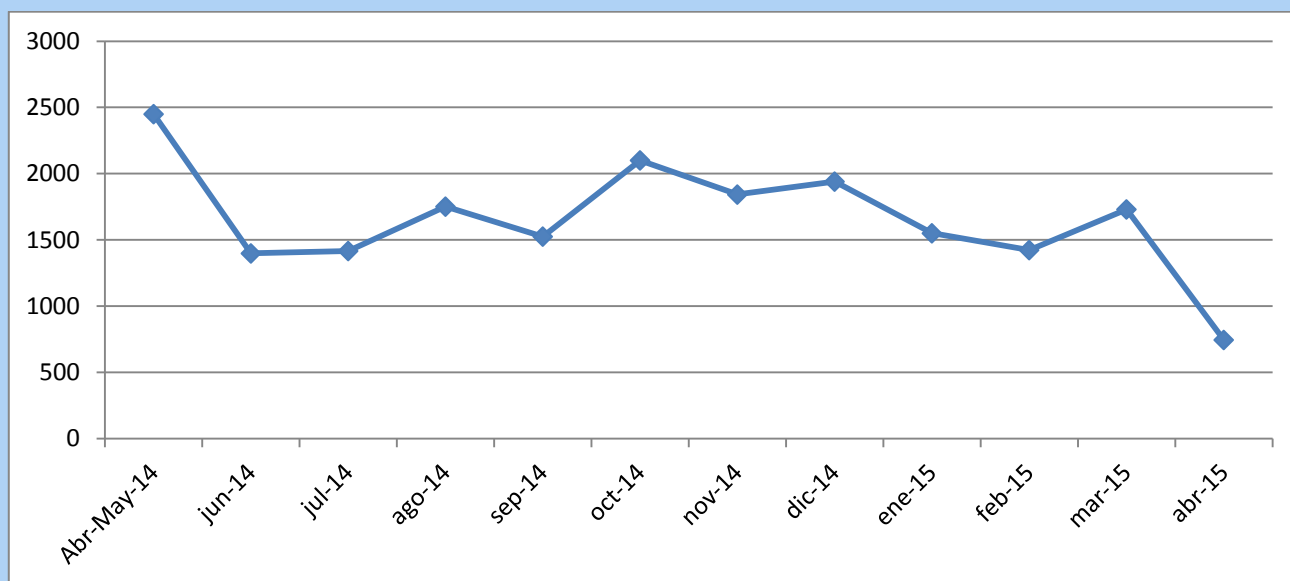
(Información recopilada entre el 12/04/2014 y el 11/04/2015)

¡Parece mentira, ya un año juntos! Cuando comenzamos con este proyecto, soñábamos con presentar este informe anual, por lo que con muchísimo gusto lo elaboramos para ustedes. Pueden seguir haciendo llegar sus comentarios sobre estos informes, a la dirección de mail: info@quejese.com.uy.

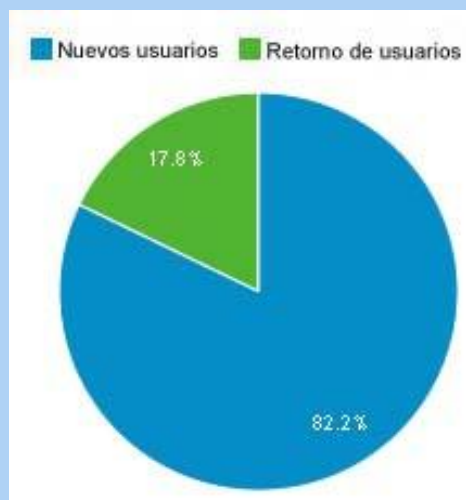


VISITAS AL SITIO WEB

Cantidad de visitas: **19.881** Promedio diario: **56**



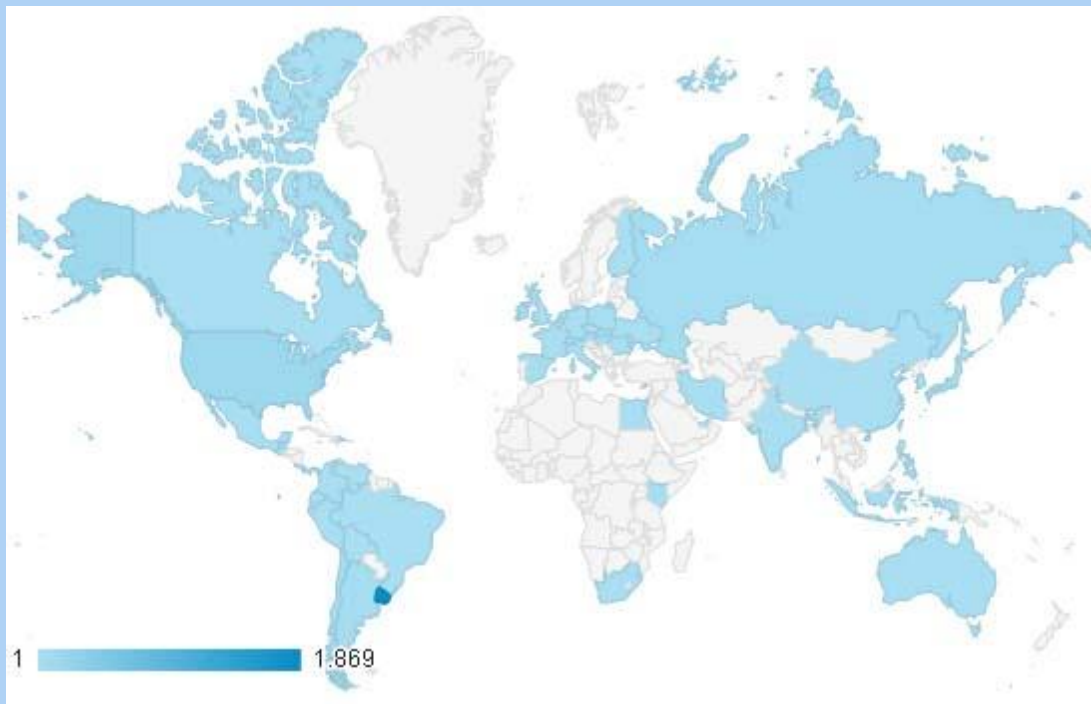
(Los datos de abril de 2015 van hasta el día 11)



Se puede observar, que la navegación de las **1.657 visitas mensuales promedio** que hemos recibido durante este último año, ha resultado ágil, lo cual era uno de nuestros objetivos. Con un par de minutos alcanza para completar un formulario de contacto o consultar una información.

En cuanto al origen de las visitas, hemos tenido una gran repercusión en el extranjero, debida en gran parte a los uruguayos residentes en el exterior.

También hubo un caudal importante de visitas en el mes de octubre, debidas a [la entrevista que nos hicieron para el diario "El País"](#).



REPERCUSIONES EN LAS REDES SOCIALES

Una parte muy importante de este proyecto, es la interacción a través de las redes sociales (TWITTER y FACEBOOK). Por intermedio de las mismas hemos brindado información sobre desvíos, cambios de paradas, paros, comunicados de las empresas e información sobre los derechos del consumidor y la consumidora.

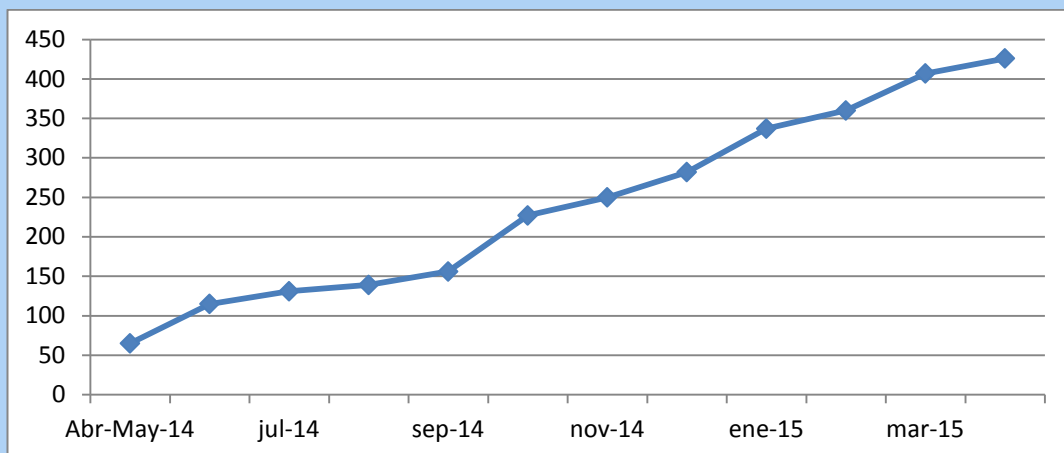
Creemos que se ha cumplido el objetivo de brindar información importante, que muchas veces pasa desapercibida y que generamos debate e intercambio de ideas entre los distintos actores, recomponiendo de a poco un diálogo, que si no estaba roto en su totalidad, estaba bastante dañado.

Los números que presentamos a continuación son solamente un resumen del impacto generado. A los mismos habría que agregarle los cientos de mensajes que recibimos (de usuarios y usuarias, políticos y políticas de todos los partidos, militantes sociales, trabajadores y trabajadoras del transporte, prensa de todo el país) felicitándonos por el emprendimiento y haciéndonos sugerencias.



Total de seguidores de @produccionesuy: **990**

Cantidad de tweets escritos (aprox.): **9.000**

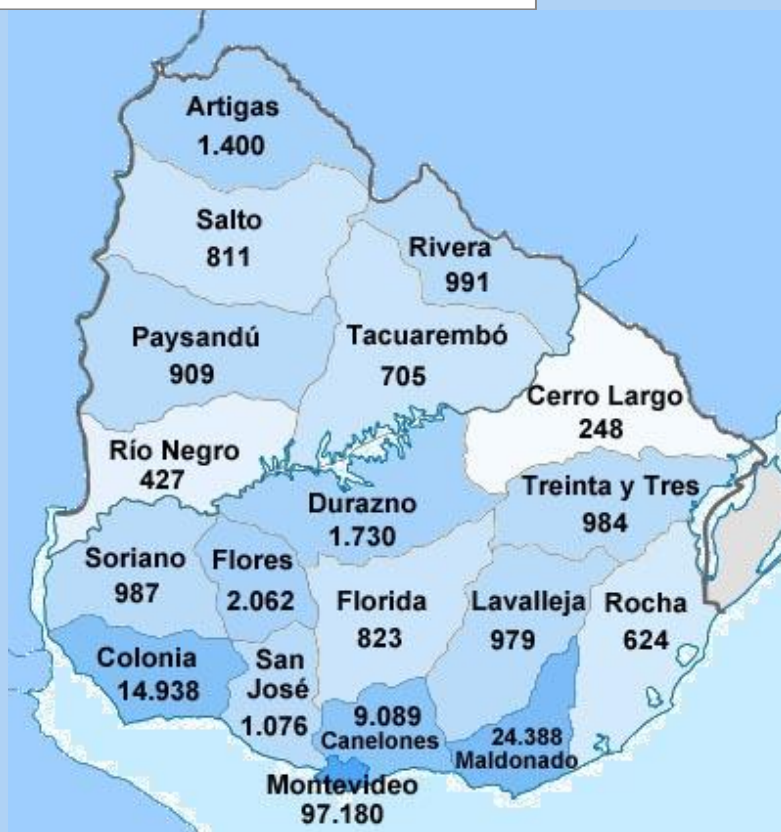


426

“Me Gusta”
(**36** de promedio mensual)

Origen de las visitas:

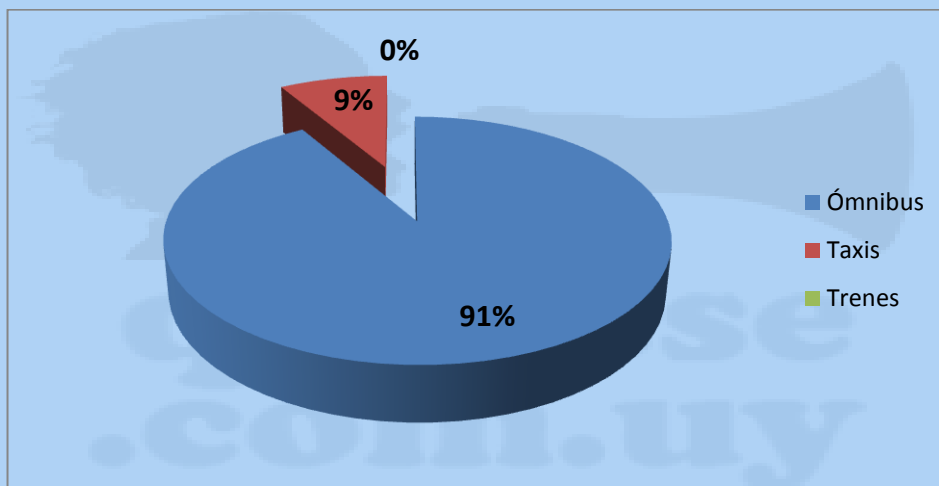
Uruguay	160.351
Exterior	6.461
Total	166.812



Otro objetivo que consideramos cumplido es la llegada a **todo** el país. Desde los más alejados rincones hemos recibido mensajes y hemos llegado en más de un caso con la información oportuna en el momento justo.

También hemos construido una “relación virtual de respeto” con otros emprendimientos similares (chanchosuy, quejasya, taxilibre, denunciaalSTM, entre otros), compartiendo información y entendiendo que la única competencia es lograr, entre todos, una mejora en los servicios que recibimos.

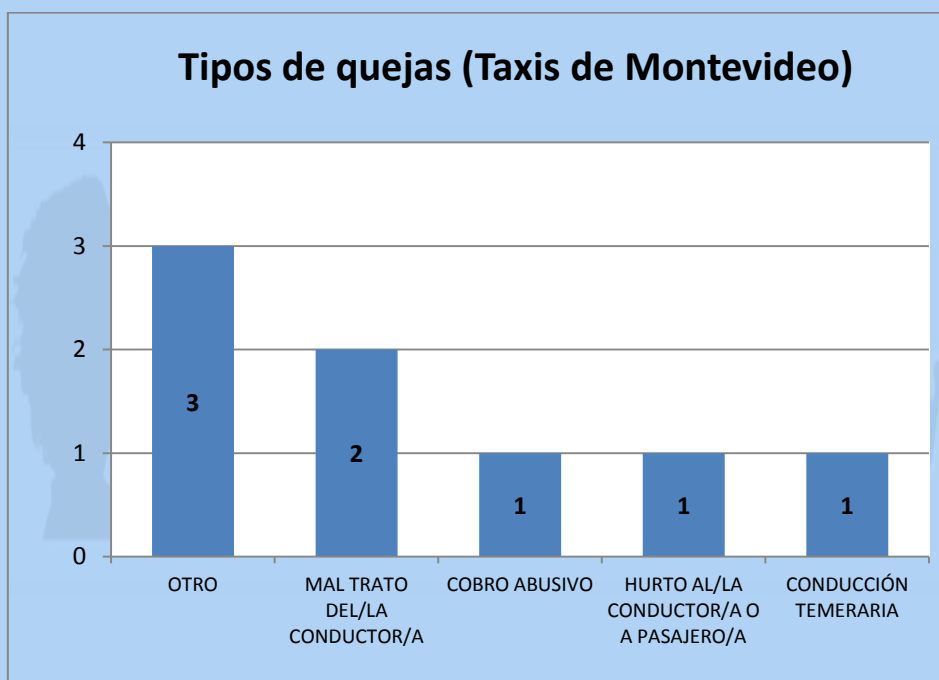
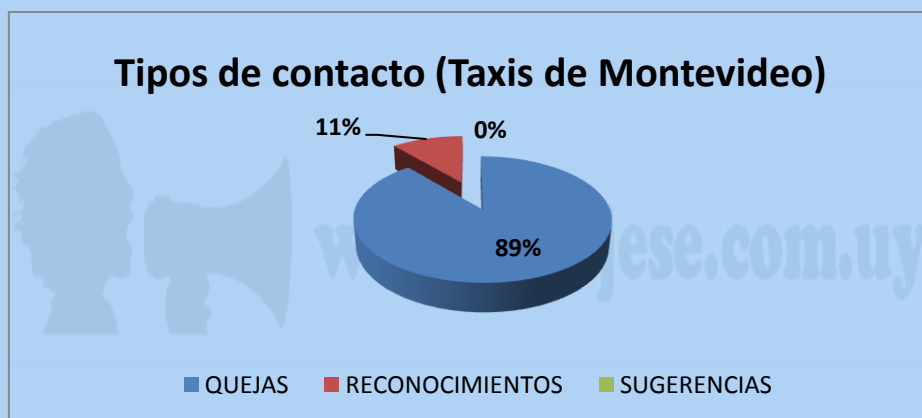
CONTACTO CON LAS EMPRESAS



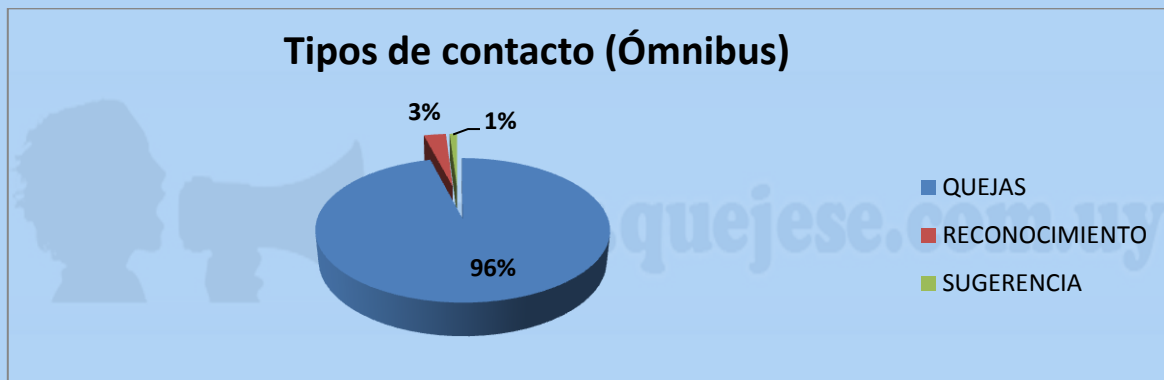
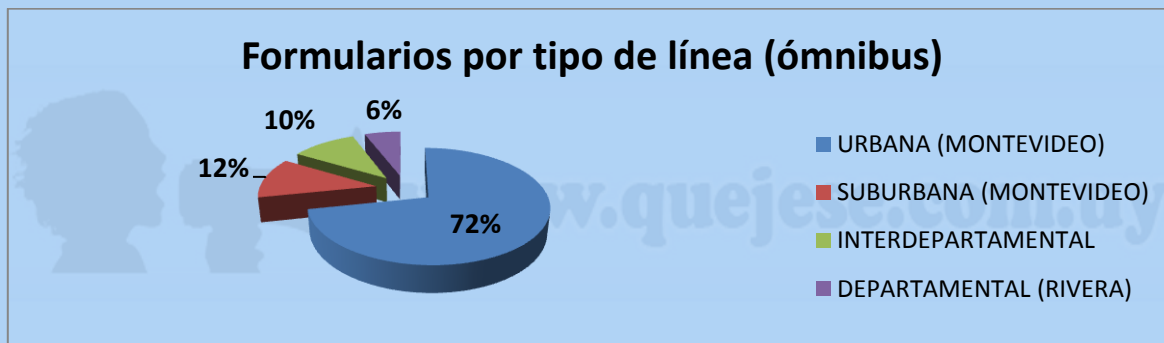
94

formularios de contacto completados desde el 12/04/2014

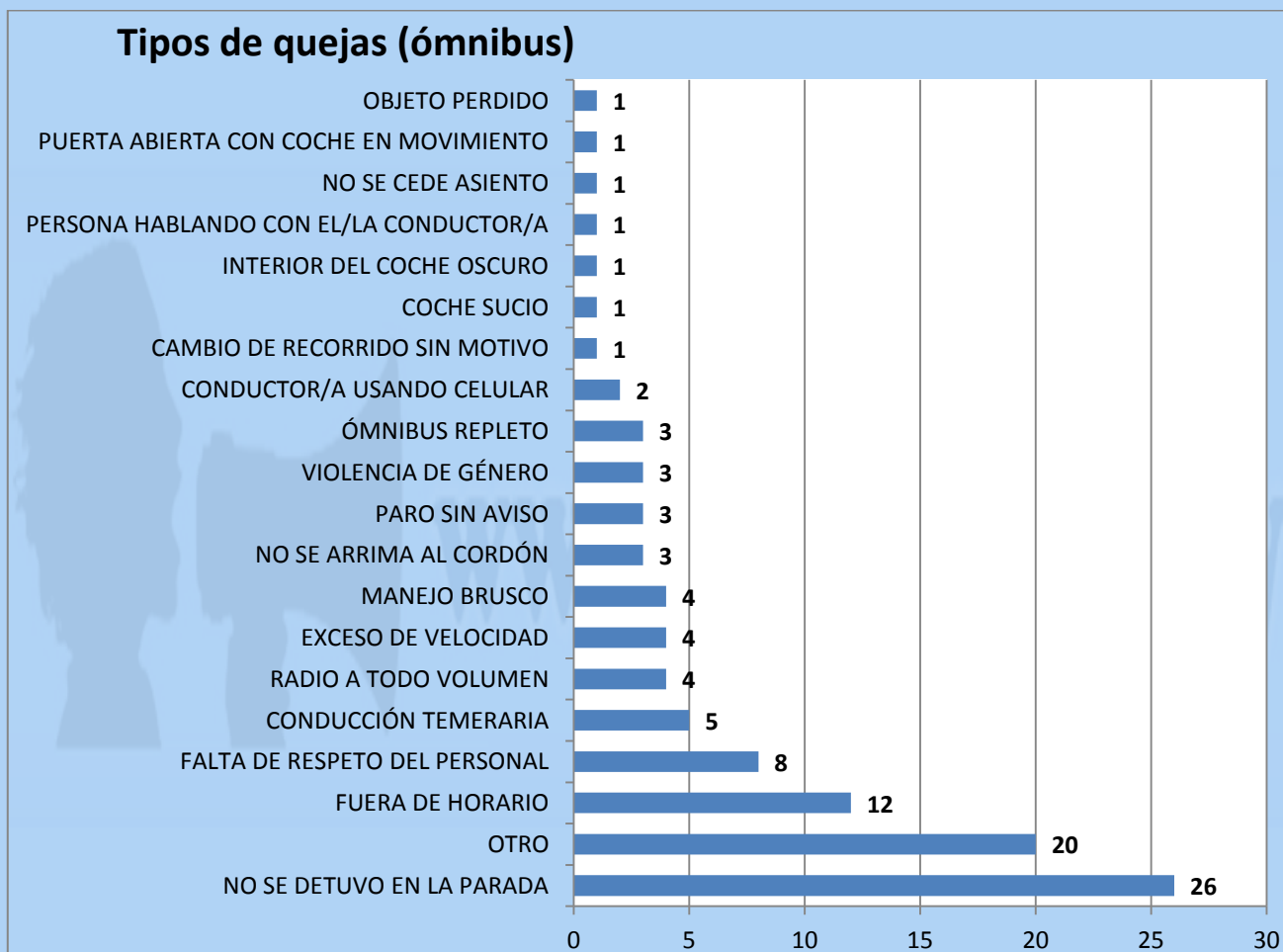
Los formularios de contacto, con las empresas de taxis de Montevideo, se clasifican de la siguiente forma (datos del 01/07/2014 al 11/04/2015):



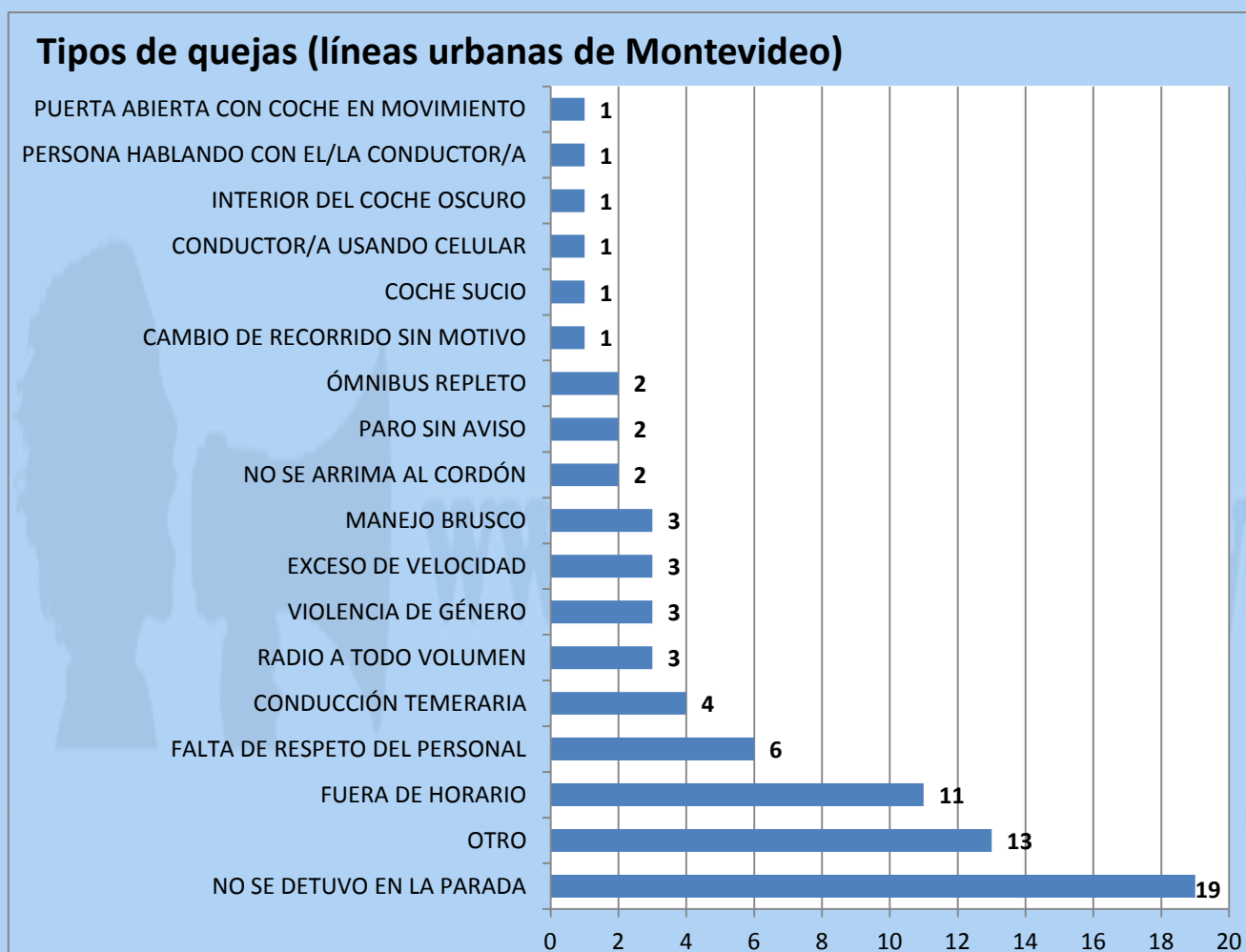
Los formularios para empresas de ómnibus, se distribuyeron como se muestra en el gráfico (los datos presentados a continuación van del 12/04/2014 al 11/04/2015):



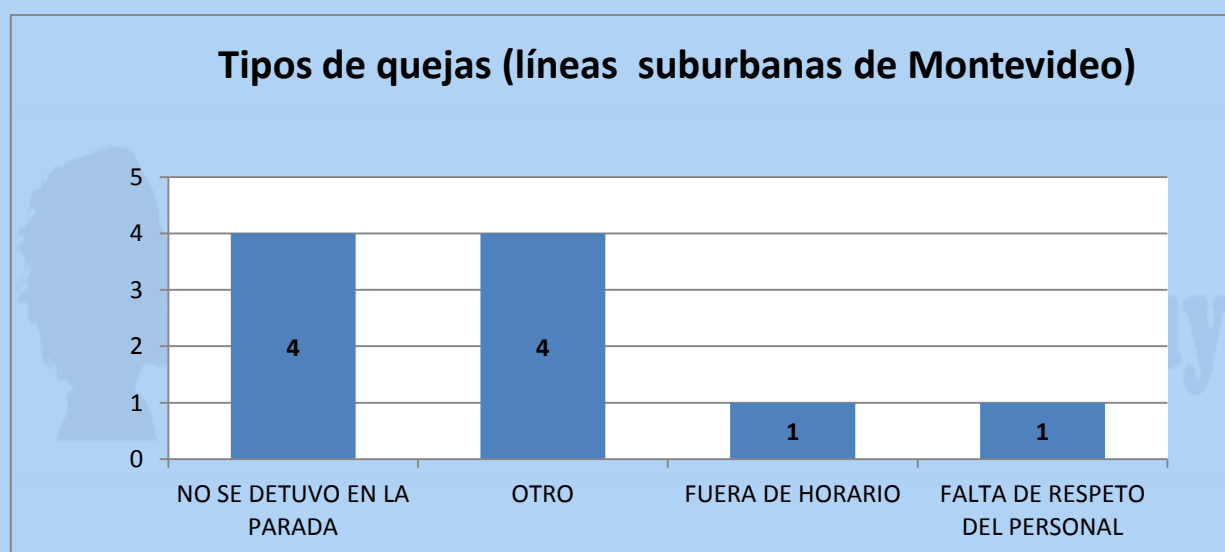
En cuanto a los tipos de quejas, los detallamos en el siguiente gráfico:



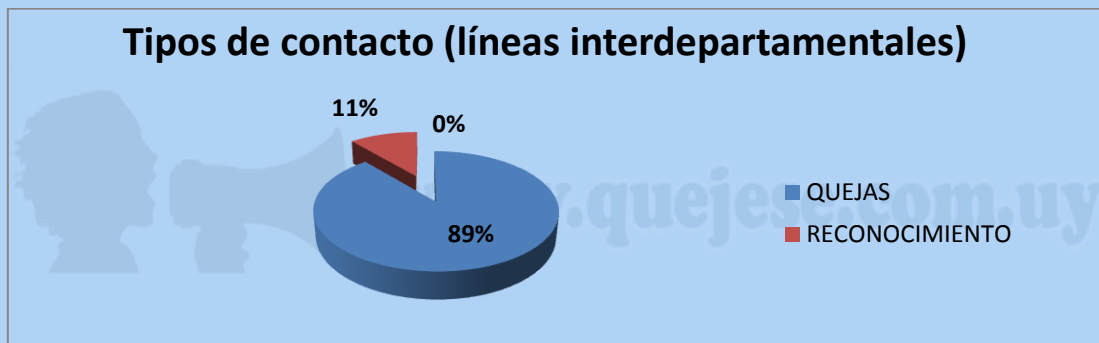
Para las líneas urbanas de Montevideo, los datos son iguales a los generales, registrándose un 96% de contactos para expresar alguna queja o denuncia, un 3% de reconocimientos, a las empresas, por su buen desempeño y un 1% de sugerencias para mejorar el servicio prestado. En cuanto al detalle de las quejas recibidas, se muestran en la siguiente gráfica:



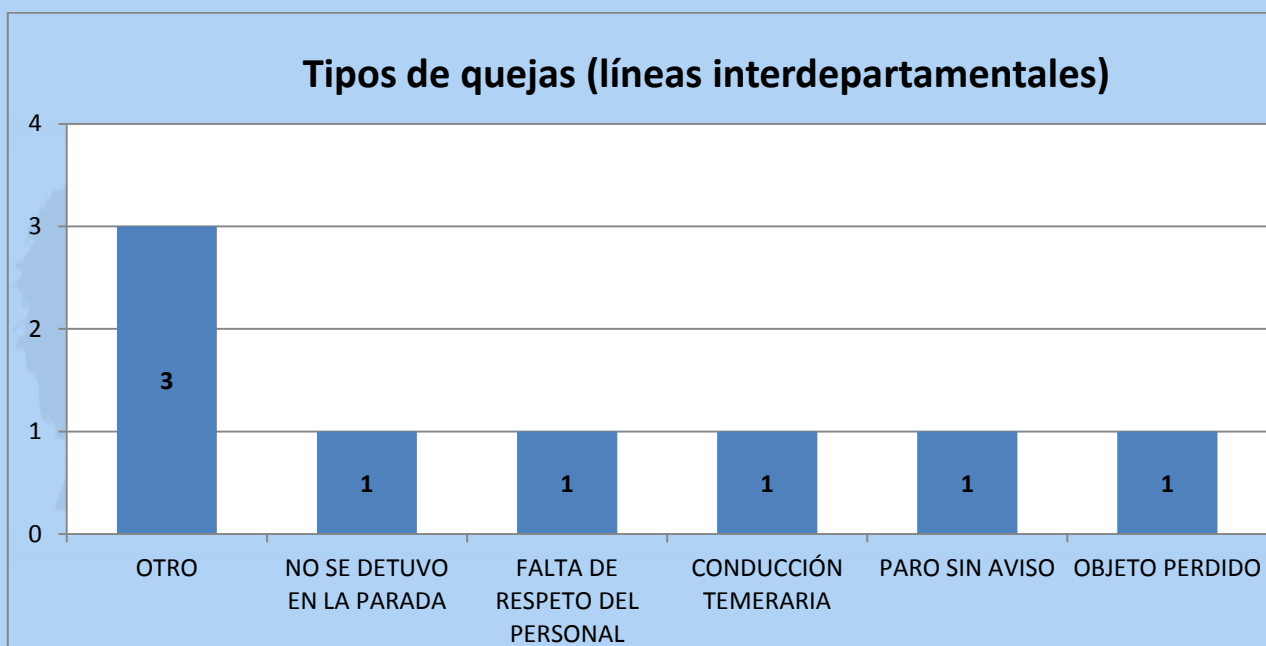
En el caso de las líneas suburbanas del área metropolitana de Montevideo, solamente se recibieron quejas, las cuales se desglosan de la siguiente forma:



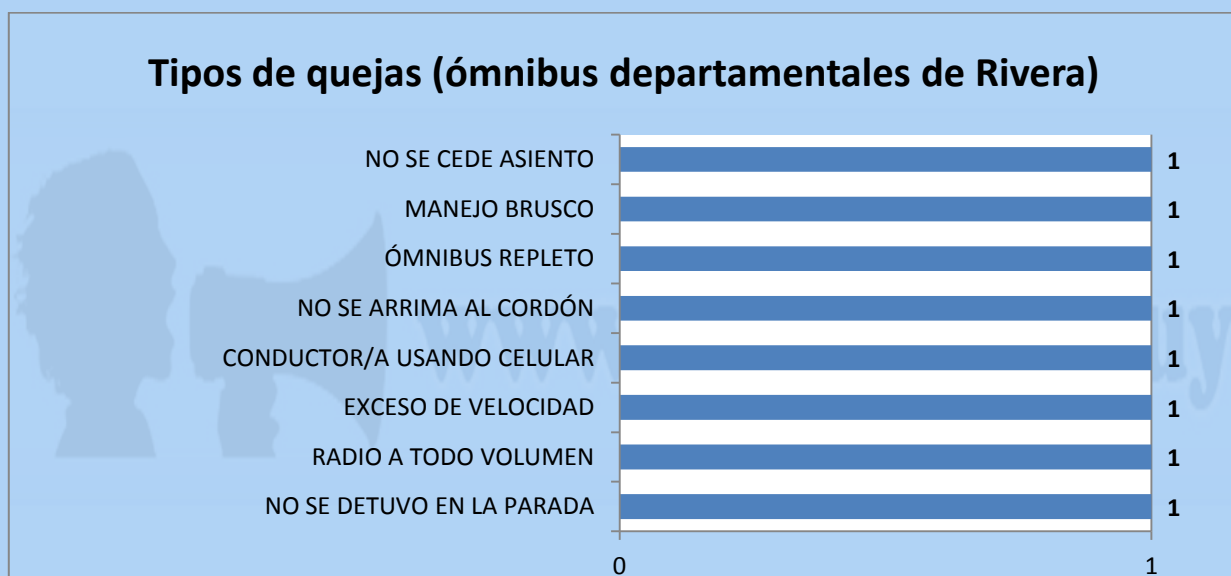
En el caso de las líneas de ómnibus interdepartamentales, los tipos de formularios recibidos se distribuyeron de la siguiente manera:



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...

Un año de "Queja Activa"...

En esta edición especial por nuestro primer aniversario, no nos parece redundante volver a agradecer a todos y a todas por el apoyo a esta iniciativa.

Cuando se concibieron estos informes, pareció una buena idea acompañar a los números con un espacio de opinión, muy personal, sobre los servicios que recibimos de las empresas uruguayas. Con gran responsabilidad asumí esta tarea, tratando de ser lo más ameno posible pero sin dejar de marcar con respeto mi forma de pensar.

A un año de comenzar, estas columnas han tenido una buena recepción, tanto en la coincidencia como en la discrepancia y eso es una primera cosa a agradecer. Y el que lo haya tenido en la heterogeneidad de lectores a los que ha llegado (autoridades, empresarios, usuarios y usuarias, prensa, actores sociales) me llena de orgullo y me hace redoblar el compromiso.

Cada vez somos más los que nos sumamos a la movida de la "queja activa" entendida no como un insulto motivado por un enojo circunstancial, sino como un puente de diálogo para mejorar lo mejorable.

Como lo he repetido muchas veces en este año, una queja no es algo negativo, sino una oportunidad brindada por un cliente o una clienta, que desea obtener de la empresa una mejor experiencia. Si no lo creyera posible, directamente no gastaría su tiempo en expresar su incomodidad.

Así lo van entendiendo de a poco también las empresas, que en este país están muy poco acostumbradas a los reclamos formales, respetuosos y fundados. El saber escucharlos y entender la razón de la incomodidad, es lo que las va a ayudar a ser mejores empresas. No hay mejor campaña de marketing o de responsabilidad social empresarial, para una empresa, que ser la mejor respondiendo a los reclamos. Y si no recibe ninguno, es un serio motivo para preocuparse.

También quejese.com.uy ha sido receptor de reconocimientos formales a las empresas, dando el justo balance a las cosas y demostrando que las capacidades de brindar un servicio de excelencia están presentes.

Seguiremos (esperamos que un año más por lo menos) dando nuestra opinión "desde el fondo", con respeto y un poco de humor, pero sin dejar de decir lo que hay que decir. Me bajo en la que viene, nos vemos en el siguiente viaje.

Mauricio Silvera