

LA MAYORÍA RECLAMÓ PORQUE EL ÓMNIBUS NO PARÓ, PASÓ FUERA DE HORA O EL CHOFER FALTÓ EL RESPETO

Una web para quejarse del transporte

LETICIA COSTA DELGADO

sáb oct 18 2014

Como forma de canalizar la creciente descarga de críticas y reclamos de la ciudadanía al sistema de transporte a través de las redes sociales, Mauricio Silvera, un emprendedor uruguayo, creó un sitio que media entre las empresas y el público.

FOTO



Próximamente incluirá aerolíneas, salud, tarjetas, entre otros. Foto: EFE

Por un lado, los usuarios suelen quejarse de que las empresas no se interesan por sus reclamos, o que no es fácil contactarse con alguien que los atiende. Por el otro, las firmas se excusan en que reciben reclamos pero nunca formalmente, con detalles del que hace la denuncia y datos para recontactar al interesado.

Para acercar ambos sectores, a Mauricio Silvera, funcionario público de 34 años, se le ocurrió crear el sitio web quejese.com.uy. Allí, los usuarios que tienen una crítica pueden desahogarse pero no como en cualquier red social sino formalmente.

El sistema funciona con formularios digitales que el interesado completa. Básicamente lo que se debe agregar es la empresa, la hora del evento, la descripción de qué pasó y datos personales del usuario como nombre y apellido, cédula y dirección de email (teléfono y dirección son opcionales). Los datos no quedan almacenados en el sitio sino que son enviados directamente a la empresa.

Por ahora, la web solo recibe reclamos de empresas de transporte de todo el país, desde líneas de ómnibus hasta taxis y trenes. En cuanto a los ómnibus "incluimos una orientación de cómo buscar en el boleto información útil para el reclamo como la parada y el número de coche, datos que a veces las empresas preguntan y el usuario no sabe dónde están", comentó Silvera a El País.

Desde que el sitio se creó, hace seis meses, 50 formularios han sido enviados y el sitio ha recibido 9.400 visitas. La mayoría de los reclamos fueron porque el ómnibus no se detuvo en la parada, pasó fuera de hora, el chofer faltó el respeto, tenía la radio a todo volumen o iba a una velocidad excesiva.

Antes de comenzar, el emprendedor uruguayo se contactó con responsables de los servicios en cuestión para ponerlos al tanto de su proyecto. Según contó, ninguno se opuso. De mutuo acuerdo, establecieron un plazo de cinco días para responder al usuario, tiempo después del cual la persona puede contactarlo para que sea él quien averigüe la razón de la demora y se tomen medidas. Hasta el momento, pasó una sola vez y fue porque la empresa había cambiado el correo electrónico.

La comunicación es directa entre la firma y el usuario, Silvera llega a saber el motivo de la consulta pero no los datos personales del usuario ni el modo en que se resuelven los conflictos. Cada usuario que reclama recibe un número de formulario para realizarle seguimiento a su mensaje. La web también detalla los datos de contacto de las empresas por si el usuario está interesado en hablar o escribir directamente.

La iniciativa tiene también una cuenta de Twitter (@produccionesuy) y una página de Facebook (www.facebook.com/quejeseuruguay). Allí, Silvera no solo recibe comentarios de los usuarios sino que publica datos de otros sitios como @chanchosuy o @quejasya. "La idea es sumar, retroalimentarnos mutuamente, no competir", dijo Silvera.

Para el uruguayo, se trata de hacer "quejas activas, no pasivas". Es decir, no cuestionar sin dar el paso de dirigirse a la empresa para manifestar el reclamo y darle la oportunidad de tomar medidas. "En sí, las críticas no son malas", apuntó.

La web también cuenta con la opción de enviar expresiones de satisfacción a las empresas.