

## **La plataforma digital Libro de Quejas resuelve el 70% de las reclamaciones de los consumidores hacia las marcas**

**Está integrado en Consumer Trust, la red global de plataformas de consumidores, que proporciona una manera de interactuar con las empresas para resolver sus problemas de consumo y compartir sus soluciones con otros consumidores**

Libro de Quejas, que lleva funcionando con gran éxito 12 años en Portugal y algo más de un año en España, se ha convertido en el punto de encuentro digital donde consumidores y empresas arreglan sus problemas, acercando las marcas a los usuarios y mejorando la reputación de las compañías. El pasado año, la startup logró resolver el 70% de las reclamaciones planteadas en España.

Esta particular red social muestra, de forma pública y transparente, la relación entre clientes y empresas. Si un consumidor ha tenido una experiencia negativa con una marca puede exponer y publicar su problema, permitiendo la interacción con otros consumidores que se sientan identificados con el comentario o la situación vivida. Por su parte, la compañía en cuestión puede ver los comentarios y tratar de buscar una solución al problema, publicando su respuesta en la plataforma. De este modo, Libro de Quejas contribuye a resolver las desavenencias entre ambas partes, convirtiéndose en una herramienta de gran valor para las marcas que desean esforzarse por dar un servicio óptimo, ayudándoles a mejorar su imagen reputacional.

La plataforma no pretende sustituir ni imitar el papel que desempeñan las asociaciones de consumidores, ya que su planteamiento es muy distinto: “Nosotros no cobramos, no nos personamos ni somos parte de la reclamación; sencillamente somos un puente de comunicación entre las marcas y sus usuarios, ofreciéndoles un espacio donde pueden entrar en contacto para resolver, de forma pública y directa, los problemas que hayan podido surgir entre ellos”, explica Daniel Maza, country manager de Libro de Quejas en España.

### Índice de satisfacción

Libro de Quejas está integrado en Consumer Trust, la red global de plataformas de consumidores, que proporciona una manera de interactuar con las empresas para resolver sus problemas de consumo y compartir sus soluciones con otros consumidores. Gracias a su puesta en marcha se ha creado Global Trust Index (GTI), un algoritmo que representa el éxito y la satisfacción en la resolución de quejas. Agrega las diversas valoraciones que las marcas obtienen en cada mercado en que operan, recopiladas a través de los comentarios de los consumidores en su red de sitios web.

El 98% de los visitantes de Libro de Quejas usa la red para comunicarse directamente con otros consumidores y con marcas y entidades públicas, así como para consultar y comparar el ranking de las firmas según el Índice de Satisfacción del Usuario. “Esto revela que nuestra plataforma, además de

ser un sitio donde reclamar, también actúa de barómetro de la imagen de la compañía, convirtiéndose en el marketplace de reputación de las marcas, que ven a Libro de Quejas como un socio que les puede ayudar en su crecimiento y a mejorar su imagen de cara a los consumidores”, afirma Daniel Maza.

#### Cómo funciona

Su funcionamiento es sencillo: para poder utilizar el servicio, el consumidor deberá registrarse primero a través de la web. Una vez dado de alta, tendrá que rellenar y enviar el formulario de reclamación y esperar a que sea aprobada y publicada, tras lo cual recibirá una confirmación por correo electrónico. La marca afectada será notificada igualmente por email y podrá actuar en consecuencia.

Libro de Quejas no contesta a las reclamaciones efectuadas por los consumidores ni interviene en el proceso de la reclamación, sino que son las firmas aludidas las que toman la iniciativa de comunicarse con los consumidores. Para estos, el uso de la plataforma es completamente gratuito, mientras que para las marcas existe una versión freemium y otra con un coste variable en función del volumen de quejas que manejan y en función de las herramientas que mejor se adaptan a sus intereses. Siempre se realiza una consulta previa antes de hacer un presupuesto, que generalmente es bien recibido por las marcas por su bajo coste y elevada rentabilidad.

La empresa fue fundada en 2009 por Pedro Lourenço, precisamente a raíz de una reclamación no resuelta con una cadena de supermercados. Desde entonces, Libro de quejas se ha convertido en la mayor red social de consumidores del país, y es un referente nacional en materia de consumo. Además de su expansión por distintos países de Europa y África, Libro de Quejas aspira a crecer en España hasta alcanzar los 70.000 usuarios a finales de 2021.

#### Radiografía de las reclamaciones

En España, los usuarios que más reclaman a través de esta plataforma están en una franja de edad entre 25 y 45 años. Las empresas que reciben más reclamaciones son las del sector de las telecomunicaciones, los servicios financieros y banca y las energéticas, si bien en el último año, y debido a la crisis sanitaria, se han incrementado notablemente las quejas en este sector (hospitales, clínicas, aseguradoras, etc.)

Tampoco se quedan lejos las firmas de electrodomésticos, cadenas de supermercados y empresas de mensajería, mientras las que menos reclamaciones reciben son aquellas con una clara vocación de servicio al cliente, como el sector de la alimentación y bebidas. Por zonas geográficas, la Comunidad de Madrid, la Comunidad Valenciana, Andalucía y Cataluña representan el 60% del total de quejas en España.

#### **Datos de contacto:**

Libro de quejas

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>