

312

AS AVALIAÇÕES DOS CONSUMIDORES SOBRE A RECUPERAÇÃO DE SERVIÇO E SUAS CONSEQUÊNCIAS. *Cíntia Rovinski, Daniel Von Der Heyde Fernandes, Cristiane Pizzutti dos Santos (orient.)* (UFRGS).

O objetivo central deste trabalho é examinar como os clientes avaliam o gerenciamento das reclamações nas companhias aéreas e em bancos e qual o impacto dessas avaliações sobre a confiança e a lealdade do cliente. Desta forma, o presente estudo relaciona importantes correntes de pesquisa – gerenciamento de reclamações e estudos sobre confiança, lealdade e custos de mudança. Foi realizado um estudo descritivo de corte transversal (*survey*) com clientes de empresas aéreas e bancos que se engajaram em processos de reclamação em relação a serviços prestados por empresas destes setores, dentro dos últimos 12 meses. Levando-se em consideração o escasso número de estudos sobre recuperação de serviços no Brasil, especialmente no setor de aviação, foi realizada uma fase exploratória, na intenção de levantar questões relevantes sobre o processo de reclamação envolvendo os serviços prestados por empresas aéreas e bancos, ajudando a refinar as dimensões a serem incluídas na fase quantitativa e os atributos que melhor medirão essas dimensões. Os métodos estatísticos empregados para a investigação dos dados incluem estatísticas descritivas básica e o software utilizado foi SPSS, versão 11. Uma vez que não foi encontrada diferença significativa, elas foram analisadas conjuntamente. Resultados indicam que a justiça interpessoal das empresas foi avaliada como razoáveis pelas pessoas questionadas, assim como a justiça processual. Já a justiça distributiva foi mal avaliada pelas pessoas que responderam ao questionário, tendo em todas suas questões um resultado abaixo da média. Em todas as questões envolvendo a satisfação do cliente os resultados ficaram abaixo da média, porém, mesmo com este resultado, os clientes confiam razoavelmente na empresa na qual fizeram a reclamação e nos funcionários que nela trabalham. (PIBIC).