

055

O GERENCIAMENTO DAS RECLAMAÇÕES NAS CONCESSIONÁRIAS DE AUTOMÓVEIS E SEU IMPACTO NA CONFIANÇA E LEALDADE DO CLIENTE. *Daniel Von Der Heyde Fernandes, Cristiane Pizzutti dos Santos (orient.) (UFRGS).*

O objetivo central deste trabalho é examinar o impacto do gerenciamento das reclamações na confiança e lealdade do cliente, no contexto das concessionárias de automóveis. Para tanto, foi utilizado um modelo teórico, que retrata os inter-relacionamentos entre avaliações específicas do processo de reclamação e variáveis relacionais. Desta forma, o presente estudo relaciona três importantes correntes de pesquisa – teoria da justiça, gerenciamento de reclamações e estudos sobre confiança. De modo geral, os resultados indicam que a formação de confiança e lealdade do consumidor é sensivelmente afetada pela maneira como as reclamações são resolvidas. Mais especificamente, as percepções de justiça distributiva e interpessoal afetam a percepção de satisfação com o gerenciamento da reclamação. A confiança do consumidor após a reclamação é influenciada pelo nível de satisfação final alcançado, sendo que as experiências anteriores dos clientes pouco influenciam na confiança. Por fim, o grau de lealdade do consumidor é influenciado pela satisfação pós-reclamação, pela confiança do consumidor e pelo valor relacional, com maior importância à satisfação. (PIBIC).