

A inserção crescente da Internet na vida das pessoas vem transformando várias de suas formas de interação e abrindo, ao mesmo tempo, espaço para realização de novos estudos dentro deste meio. Oportunamente, pesquisas recentes têm tratado da expansão do comércio eletrônico e da possível ocorrência de falhas, algumas das quais originais quando comparadas ao contexto offline. Dessa forma, o objetivo central deste trabalho é investigar as relações entre os tipos de falhas no varejo online e as avaliações dos consumidores relativas ao processo de reclamação e suas conseqüências. Para isso, foi combinada a Técnica do Incidente Crítico (TIC) – a fim de desenvolver um esquema classificatório das falhas – com medidas quantitativas, referentes à familiaridade, percepções de justiça, satisfação, confiança e intenção de recompra. A pesquisa consistiu em uma *survey* pela Internet com consumidores de todos os estados do Brasil, totalizando uma amostra de 3.192 respondentes. Entre os resultados destaca-se que: foram encontradas dez categoriais de falhas; algumas falhas parecem atingir com maior freqüência consumidores com pouca familiaridade com um determinado site, com destaque à “produto nunca entregue”; aspectos ligados à compra na Internet como um todo não foram influenciados pelo tipo de falha junto a um site específico. Por fim, observa-se que as falhas que geram as piores avaliações (“produto nunca entregue” e “produtos sem estoque”) não ocorrem, de maneira geral, com alta freqüência (cerca de 6% cada), ao passo que as de maior ocorrência (“serviço vagaroso” e “produto defeituoso”, respectivamente com 32,5% e 23,2%) exibem médias relativamente altas, o que contribui para entender o crescimento acentuado e consistente do *e-commerce* no país.