

REPUTAÇÃO E PÓS-VENDA: UMA ANÁLISE NO SISTEMA DE REPUTAÇÃO RECLAME AQUI

VII Encontro de Programas de Educação Tutorial

Thiago de Almeida Alves, Geovana Lopes Pinheiro, Mariana Braga Rodrigues, Jackeline Lucas Souza

A sobrevivência das empresas está alicerçada na capacidade de atrair e fidelizar seus clientes. Deste pressuposto, o presente estudo busca a postura das empresas no acompanhamento pós-venda de acordo com os relatos dos consumidores no sistema de reputação 'Reclame Aqui'. Os fatores observados incluíram a reputação das empresas, a quantidade de respostas dadas aos problemas, as notas do consumidor, os índices de solução e a posição do consumidor quanto ao seu desejo de voltar ou não a fazer negócio com a empresa. A metodologia utilizada permitiu a análise qualitativa e quantitativa dos dados, obtidos através de pesquisa direta no sítio Reclame Aqui. A amostra foi composta pelas 100 empresas que figuraram no ranking Merco de Responsabilidade Social e Governança Corporativa, nos anos de 2018 e 2019, avaliando sete características como: valor da reputação, total de reclamações, reclamações respondidas, índice de resposta, índice de solução, desejo de fazer novos negócios e nota do consumidor. Os resultados preliminares, inicialmente no ano de 2018, apontaram a empresa Natura como 1º lugar no ranking Merco - com relação à responsabilidade social corporativa - e nota 8,3 de reputação empresarial no sítio Reclame Aqui, onde 100% das reclamações (total de 14.396) foram respondidas, representando 88% do percentual de soluções e nota do consumidor de 7,17. Já o último lugar no ranking Merco, ou seja, a ocupação do 100º lugar ficou para o grupo empresarial Silvio Santos, com a empresa Jequití Cosméticos, ficando com a reputação empresarial no sítio Reclame Aqui de 8,1, 100% das reclamações (total de 2.461) respondidas, com 84% de solução, onde 70,8% voltariam a fazer negócio com a empresa, tendo por fim, uma nota do consumidor de 7,17. Nisto, percebe-se que o atendimento às reclamações dos consumidores no pós-venda constitui fator fundamental para a boa imagem empresarial.

Palavras-chave: Pós-venda. Reputação empresarial. Consumidores.