

6

Referências bibliográficas

AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. S. Tradução de Reynaldo Cavalheiro Marcondes. **Pesquisa de Marketing**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

ALBERTINI, A. L. Valor estratégico dos projetos de tecnologia de informação. **RAE – Revista de Administração de Empresas**. v. 41, n. 3, p. 42-50, jul-set 2001.

_____. **Comércio Eletrônico: Modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação**. 3ª Edição, Rio de Janeiro: Atlas, 2001.

ANDERSON, C. **A Cauda Longa: Do mercado de massa para o mercado de nicho**. 3ª. reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ANDERSON, R. E. Consumer Dissatisfaction: The Effect of Disconfirmed Expectancy on Perceived Product Performance. **Journal of Marketing Research**, v. X, n. 12, p. 38-44, feb. 1973.

BAPTISTA, M. N.; CAMPOS, D. C. de. **Metodologia de Pesquisa em Ciências: Análises quantitativa e qualitativa**. Rio de Janeiro: LTC, 2007.

BERRY, L. L.; WALL, E. A.; CARBONE, L. P. **Service clues customer assessment of the service experience**. Academy of Management Perspective. p.43-57. 2006.

BHATNAGAR, A.; MISRA, S.; RAO, H. R. **On Risk, Convenience, and Internet Shopping Behavior: Why some consumers are on-line shoppers while others are not**. Communications of the ACM, v. 43, n. 11, p.98-105, nov 2000.

BITNER, M. J. Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses. **Journal of Marketing**, v. 54, p. 69-82, April 1990.

_____.; BOOMS, B. H.; TETREAUULT, M. S. The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents. **Journal of Marketing**, v. 54, p. 71-84, jan. 1990.

CHAUVEL, M. A. **Consumidores Insatisfeitos uma Oportunidade para as Empresas**. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

_____; GOULART, V. C. Como gerar valor para os clientes por meio dos serviços de atendimento ao consumidor: O que mostram as pesquisas. **Cadernos EBAPE.BR**. v. V, n. 4, p.1-16, dez 2007.

CHO, Y. et al. **An Analysis of On-line Customer Complaints: Implications for Web Complaint Management**. 35th Hawaii Conference on System Sciences, IEEE 2002.

_____.; The Impact of product category on customer dissatisfaction in cyberspace. **Business Process Management Journal**, v. 9, n. 5, p.635-651, 2003.

CUNHA, I. F.; BARBOSA, M. L.; KOVACS, M. H. A Busca por Informações e os Grupos de Referência: um Estudo Netnográfico em uma Comunidade Virtual de Turismo. **III Encontro de Marketing da ANPAD**, Curitiba/PR, p. 1-16,14-16 maio 2008.

DELLAROCAS, C. **The Digitalization of Word of Mouth: Promise and Challenges of On-line Feedback Mechanisms**. *Management Science*, v. 49, n.10, p. 1407-1424, Oct. 2003.

EVANSCHITZKY, H. et al. Satisfaction: A re-examination. **Journal of Retailing**. New York, p. 239-247, 2004.

FONSECA, M. J. et al. Tendências sobre as Comunidades Virtuais na Perspectiva dos Prosumers. **III Encontro de Marketing da ANPAD**, Curitiba/PR, p. 1-16, 14-16 maio 2008.

FORNELL, C.; WESTBROOK, R. A. The Vicious Circle of Consumer Complaints. **Journal of Marketing**, p. 68-78, summer 1984.

_____.; WERNERFELT, B. Defensive Marketing Strategy by Customer Complaint Management: A Teorical Analysis. **Journal of Marketing Research**, v. XXIV, p.337-346, nov. 1987.

GRONHAUG, K. Exploring consumer complaining behavior: a model and some empirical results, **Advances in Consumer Research**, v. 4, p. 159-165, 1977.

HIRSCHMAN, A. O. 2^{ed}. **Exit, Voice, and Loyalty: Responses to decline firms, organizations, and states**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1970.

HOFFMAN, D. L.; NOVAK, T. P. Marketing in hypermedia computer-mediated environments: conceptual foundations. **Journal of Marketing**, v. 60, p. 50-68, July 1996.

KEAVENEY, S. M. Customer switching behavior in service industries: an exploratory study. **Journal of Marketing**, v. 59, p. 71-82, April 1995.

KIM, K.; KIM, E. B. Suggestions to Enhance the Cyber Store Customers Satisfaction. **The Journal of American Academy of Business**. Cambridge, v. 9, n. 1, p.233-240, mar. 2006.

LEE, K.; JOSHI, K. Development of an Integrated Model of Customer Satisfaction with On-line Shopping. **SIGMIS – CPR'06**. ACM, p. 53-56, 2006.

LOURENÇO, C. D. As trocas relacionais no mercado consumidor sob a ótica da cultura brasileira. **III Encontro de Marketing da ANPAD**, Curitiba/PR, p. 1-16, 14 a 16 de maio de 2008

LYNCH, J. G.; ARIELY, D. **Wine On-line: Search costs affect competition on price, quality, and distribution**. Marketing Science, v. 19, n. 1, p. 83-103, Winter 2000.

MALHOTRA, N. K. Tradução de Laura Bocco. **Pesquisa de Marketing: Uma orientação aplicada**. 4.ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MARCHETTI, R.; PRADO, P. H. M. Um tour pelas medidas de satisfação do consumidor. **ERA - Revista de Administração de Empresas**, p. 56-67, out./dez. 2001.

NOVAK, T. P.; HOFFMAN, D. L.; YUNG, Y. F. **Measuring the Customer Experience in On-line Environments: Structural modeling approach**. Marketing Science, v. 19, n. 1, p. 22-42, Winter 2000.

OLIVER, R. L. **A Behavioral Perspective on the Consumer**. New York: Irwin McGraw-Hill, 1997.

_____.; RUST, R. T.; VARKI, S. Customer Delight: Foundations, Findings, and Managerial Insight. **Journal of Retailing**, v. 73, n. 3, p.311-336, 1997.

PETERSON, R. A.; BALASUBRAMANIAN, S.; BRONNENBERG, B. J. Exploring the Implications of the Internet for Consumer Marketing. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 25, n. 4, p. 329-346,1997.

PIRES, G.; STANTON, J.; ECKFORD, A. Influences on the perceived risk of purchasing on-line. **Journal of Consumer Behaviour**, 2004, p. 118.

SCARABOTO, D. Comunidades on-line como fonte de informação em marketing: reflexões sobre possibilidades e práticas. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, v. VIII, n. 3, p. 26-41, set. 2006.

SCHAUPP, L. C.; BÉLANGER, F. A conjoint analysis of on-line consumer satisfaction. **Journal of Electronic Commerce Research**, v. 6, n. 2, p. 95-111, 2005.

SCHIFFMAN, L. G.; SHERMAN, E.; COHN, D. **“Looking-In” on Global Consumer-Users: To Develop Better Product Feature Sets**. Global business and technology association, p. 1012-1019, 2008.

SHETH, J. N.; ESHGHI, A.; KRISHNAN, B. C. **Tradução de Lúcia Simonini**. Marketing na Internet. Porto Alegre: Bookman., 2002.

SINGH, J. Consumer complaint intentions and behavior: definitional and taxonomical issues. **Journal of Marketing**. v. 52, p. 93-107, jan.1988.
 _____. A typology of consumer dissatisfaction response styles. **Journal of Retailing**, v. 66, n. 1, p. 57-99, Spring 1990.

STEINFIELD, C.; ADELAAR, T.; LIU, F. **Click and Mortar Strategies Viewed from the Web: A Content Analysis of Features Illustrating Integration Between Retailer’s On-line and Offline Presence**. Electronic Markets, v. 15, n. 3, p. 199-212, 2005.

SCHWARTZ, E.I. Tradução de Ana Beatriz Tavares Pereira. **Webeconomia: nove princípios essenciais para aumentar sua participação e negócios na world wide web**. São Paulo: Makron Books, 1998.

SZYMANSKI, D. M.; HISE, R. T. E-Satisfaction: An Initial Examination. **Journal of Retailing**, v.76 (3). Nova York, 2000, p. 309-322.

TAX, S. S.; BROWN, S. W.; CHANDRASHEKARAN, M. Customer evaluations of service complaint experiences: implications for relationship marketing. **Journal of Marketing**, v.62, April, 1998, p.60-76.
 _____. **Recovering and Learning from Service Failure**. Sloan Management Review, Fall, 1998, p.75-88.

THOMPSON, C. J. Interpreting consumers: a hermeneutical framework for deriving marketing insights from the texts of consumers consumption stories, **Journal of Marketing Research**, v. 34, p. 438-455, nov. 1997.

VIEIRA, V. A.; TORRES, C. V. Verificação do instrumento E-S-Qual para mensuração da qualidade eletrônica no varejo. **III Encontro de Marketing da ANPAD**, Curitiba/PR, p. 1-16, 14-16 maio 2008.

WILSON, A.; FRIMPONG, J. A reconceptualisation of the satisfaction-service performance thesis. **Journal of Services Marketing**, v. 18, n. 6, , p.471-481, 2004.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. Tradução de Martin Albert Haag e Carlos Alberto Silveira Netto Soares. **Marketing de Serviços: A empresa com foco no cliente**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

Sites visitados

E-BIT. Disponível em: <<http://www.ebit.com.br>>. Acesso em: 10/08/2009.

E-LIFE. Disponível em: <<http://www.elifa.com.br>>. Acesso em: 17/12/2008.

GLOBO.COM. Disponível em: <<http://www.globo.com.br>>. Acesso em: 10/08/2009.

IBOPE NIELSEN. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br>>. Acesso em: 11/07/2009.

PORTAL EXAME. Disponível em <<http://www.portalexame.com.br>>. Acesso em: 31/08/2009.

RECLAME AQUI. Disponível em: <<http://www.reclameaqui.com.br>>. Acesso em: 01/02/2009.

TWITTER. Disponível em: <<http://www.twitter.com.br>>. Acesso em: 20/07/2009.

Anexo 1

<u>Tipo de reclamação</u>	<u>Ordem cronológica</u>						TOTAL
	Primeira	Segunda	Terceira	Quarta	Quinta	Sexta	
Transação não Acatada	63	7	0	0	0	0	70
Falhas Relacionadas a Defeito no Produto	121	4	3	1	0	0	129
Falhas Relacionadas à Entrega do Produto Errado	28	2	1	0	0	0	31
Falhas Relacionadas à baixa Qualidade do Produto Entregue	8	1	3	2	0	0	14
Falhas Relacionadas à Discrepância entre o que é Apresentado no site e o que é entregue	71	6	2	0	0	0	79
Falhas Relacionadas à Política de Troca do Produto	12	73	16	2	1	0	104
Falhas Relacionadas à Entrega	256	10	2	1	1	0	270
Falhas Relacionadas à política de Devolução	20	47	38	11	2	1	119
Falhas no Serviço de Atendimento ao Pós-Compra	54	206	53	8	1	0	322
Falhas Relacionadas à Assistência Técnica	9	35	10	1	0	0	55
Reclamações que Foram Consideradas como Não Relevantes ao Objetivo do Estudo	53	0	0	0	0	0	53
Falhas Relacionadas ao Serviço Prestado pela Loja Física	26	0	0	0	0	0	26