

6

Referências bibliográficas

ARAÚJO, M. A. V.; PRIMO, M. A. M.; ARAÚJO, F. J. C. **Relação entre recuperação de falhas satisfação do cliente e intenção de recompra futura: estudo de caso em uma empresa de telecomunicações.** Encontro Nacional de Engenharia de Produção (ENEGEP), 2006.

BABIN, B. J.; GRIFFIN, M. The nature of satisfaction: an updated examination and analysis. **Journal of Business Research**, v. 41, n. 2, p. 127-136, 1998.

BEARDEN, W.; HARDESTY, D.; ROSE, R. Consumer self-confidence: refinement in conceptualization and measurement. **Journal of Consumer Research**, v. 28, n. 1, p. 121-134, 2001.

BLODGETT, J. G.; WAKEFIELD, K. L.; BARNES, J. H. The effects of customer service on consumer complaining behavior. **Journal of Services Marketing**, v. 9, n. 4, p. 31-42, 1995

BROADBRIDGE, A.; MARSHALL, J. Consumer complaint behavior: the case of electrical goods. **International Journal of Retail & Distribution Management UMI, UK**, v. 23, n. 9, p. 8-18, 1995.

CALVERT, N. Today's changing call centre: an overview. **Journal of Database Marketing**, v. 8, n. 2, p.168-175, 2001.

CARVALHO, S. Disque 800 para ser ouvido. **Exame**, n. 12, p. 44-46, jul. 1989.

CASTILHOS, R. B.; ROSSI, C. A. V.; CAVEDON, N. R. Cultura e consumo de famílias no Brasil e na França. In: **Anais do Encontro Nacional de Programas de Pós-graduação e pesquisa em administração.** Brasília, 2005.

CHAUVEL, M. A. A Satisfação do Consumidor no Pensamento de Marketing: Revisão de Literatura. **Anais 23°. Encontro Nacional da ANPAD.** - CD-ROM, 1999

_____. **Representações e Lógicas de Ação do Consumidor Insatisfeito.** Coppead, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1999.

_____. Insatisfação e queixa à empresa: investigando os relatos dos consumidores. **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, Florianópolis, SC, Brasil, 2000.

_____. **Consumidores insatisfeitos**: uma oportunidade para as empresas. Rio de Janeiro: Mauad, 2000 a.

_____. **Insatisfação e queixa à empresa**: investigando os relatos dos consumidores. Encontro Nacional da ANPAD, 2000 b.

_____.; GOULART, V. C. Como Gerar Valor para os Clientes por Meio dos Serviços de Atendimento ao Consumidor: O que Mostram as Pesquisas. **Cadernos EBAP**. v. 5, n. 4, 2008.

DAMATTA, R. **Carnavais malandros e heróis**. 4 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

DAY, R. Modeling choices among alternative responses to dissatisfaction with durable products. In R. Belk (Ed.). **Advances in consumer research**, 11 ed. Ann Arbor: ACR, 1984.

_____.; LANDON, E. Toward a theory of consumer complaining behavior. In WOODSIDE, A; SHETH, J. (Eds.). **Consumer and Industrial Buying Behavior**. New York: North Holland, 1977.

DEUTSCH, M. **Distributive Justice**. New Haven, CT: Yale University Press, 1985.

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **Comportamento do consumidor**. Título Original: Consumer Behaviour. Tradução Eduardo Teixeira. 8. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2000.

FARIAS, S. A.; SANTOS, R. C. Modelagem de Equações Estruturais e Satisfação do Consumidor: uma Investigação Teórica e Prática. **RAC**, v. 4, n. 3, p 107-132, 2000.

FEARTHERSTONE, M. **O Desmanche da Cultura**. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

FERNANDES, D. V. D. H.; SANTOS, C. P. **Múltiplas Respostas no Comportamento de Insatisfação: A Reclamação Substitui ou Complementa a Comunicação Boca a boca Negativa?** Enanpad, Salvador/BA, 2006.

_____.; _____. A recuperação de serviços como ferramenta de relacionamento e seu impacto na confiança e lealdade dos clientes. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**, v. 48, n. 1, p. 10-24. Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro., jan/mar 2008 a.

_____.; _____. As **Consequências Comportamentais da Insatisfação dos Clientes**. RAC, Curitiba, Edição Especial, p. 147-174, 2008 b.

FOLGER, R. Emerging Issues in the Social Psychology of Justice. In: FOLGER, R (Ed.). **The Sense of Injustice: Social Psychology, Perspectives**. New York Plenum Press, p. 4-23, 1984

FORNELL, C. A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. **Journal of Marketing**, v. 56, p. 6-12, 1992.

FRASER, M. T. D.; GONDIM, S. M. G. **Da fala do outro ao texto negociado: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa**. Paidéia, v. 14, n. 28, p.139 -152, 2004.

FREYRE, G. **Casa-grande e senzala**. São Paulo: Círculo do Livro, 1963.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

GIGLIO, E. **O comportamento do consumidor e a gerência de marketing**. São Paulo: Pioneira, 1996.

GIL, A. C. **Gestão de Pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.

GOLDMAN, A. E.; MCDONALD, S. S. **The Group Depth Interview – Principles and Practice**. New Jersey: Prentice-Hall, 1987

GOMES, L. M. **O dilema entre qualidade e produtividade no Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC): Um estudo de caso brasileiro**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

GOODWIN, C.; ROSS, I. Consumer Evaluations of Responses to Complaints: What's Fair and Why. **The Journal of Consumer Marketing**, v. 7, n. 2, p. 39-47, 1990.

_____.; _____. Consumer Responses to service failures: Influence of procedural and interactional fairness perceptions. **Journal of Business Research**, v. 25, n. 2, p. 149-63, 1992.

GREENBERG, J. Looking Fair Versus Being Fair: Managing Impressions of Organizational Justice. **Research in Organizational Behavior**, v. 12, p. 11-157, 1990.

_____.; MCCARTY, C. The Interpersonal Aspects of Procedure Justice: A New Perspective in Pay Fairness. **Labor Law Journal**, v. 41, p. 580-585, 1990.

HIRSCHMAN, A. **Exit, Voice and Loyalty**. Cambridge:Harvard University Press, 1970.

HO, S. C. **The emergence of consumer power in China.** Bus Horizon, p. 15-21. September/ October, 1997.

HOFSTEDE, G. **Culture's Consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations.** 2 ed. Thousand Oaks: Sage, 2001.

HOLMES, J. G. **Trust and the Appraisal Process in Close Relationships.** Advances in Personal Relationships, v. 2, p. 57-104, 1991.

HUI, M. K.; AU, K. Justice Perceptions of Complaint-handling: A Cross-cultural comparison between PRC and Canadian Customers, **Journal of Business Research**, v. 52, n. 2, p. 161-173, 2001.

ISNARD, A. L. **Serviços de Atendimento ao Consumidor: A Relação Entre o Posicionamento do SAC na Empresa e a sua Maior Participação no Processo Decisório Empresarial.** ANPAD, 1997.

JATO, R. et al. **O comportamento do consumidor insatisfeito pós-compra: Um estudo confirmatório.** Gestão e Regionalidade, v. 24, n. 71, -edição especial - XI Semead 2008 - out/2008.

JURAN, J.; GRZYNA, F. M. **Controle da Qualidade - Conceitos, Políticas e Filosofia da Qualidade.** São Paulo: McGraw Hill, 1991.

KOTLER, P. **Marketing Management.** 8.ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1994.

_____. **Administração de Marketing. A edição do Novo Milênio.** 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MCCABE, D. M. Corporate Nonunion Grievance Procedures: Open Door Policies - A Procedural Analysis, **Labor Law Journal**, v. 41, n. 8, p. 551-556, 1990.

MORGAN, R. M.; SHEKBY, D. H. The Commitment-Trust Theory of Marketing Relationships, **Journal of Marketing**, v. 58, p. 20-38, 1994.

OLIVER, R. L. A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. **Journal of Marketing Research**, v. 17, n. 4, p. 460-469, 1980.

_____. **Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer.** New York: McGraw Hill, 1997.

PAJOLI, A. C. L. G. Aspectos do comportamento dos consumidores relacionados à proteção e defesa de seus direitos. **Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo**, v. 10, n. 2, 2º semestre, 1994.

PETER, J. P.; OLSON. J. C. **Comportamento do Consumidor e Estratégia de Marketing**. 8 ed. Mc Graw Hill, 2009.

REICHHELD, F. F. Learning from Customer Defections. **Harvard Business Review**, v. 74, n. 2, p. 56 - 68, Mar/Apr, 1996.

RICHINS, M. L. Negative word-of-mouth by dissatisfied consumers: a pilot study. **Journal of Marketing**, v. 47, p. 68-78, 1983.

ROSSI, C. A.; SILVEIRA, T. Pesquisa sobre culturas nacionais: o inexorável futuro do marketing na globalização. In: **Anais do XXIII ENANPAD**, 1999.

ROSSI, P. E.; BRAGA, S. P. A Satisfação dos clientes em relação aos serviços prestados por um organismo de Inspeção veicular. **Administração Online Revista eletrônica da FECAP**, v. 5, n. 3, p 11-25, jul/ago/set 2004.

ROTONDARO, R. G.; CRISTOFOLETTI, I.; TORRES, A. T. A Informação sobre a satisfação do consumidor e seu papel na gestão da qualidade em empresas de alimentos. In: **XX Encontro Nacional de Engenharia de Produção**, 2000.

SANTOS, C. P.; FERNANDES, D. V. D. H. **Múltiplas Respostas no Comportamento de Insatisfação: A Reclamação Substitui ou Complementa a Comunicação Boca a boca Negativa?** Enanpad, 2006.

_____.; _____. A recuperação de serviços como ferramenta de relacionamento e seu impacto na confiança e lealdade dos clientes. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**, v. 48, n. 1, p. 10-24, 2008 a.

_____.; SINGH, J. Fairness in Complaint Handling: Exploring a Cross-Cultural Perspective. In: **XVII Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração**. Atibaia, São Paulo, 2003.

SINGH, J. Consumer complaint intentions and behavior: definitional and taxonomical issues. **Journal of Marketing**, v. 52, n. 1, p. 93-108, 1988.

_____.; PANDYA, S. Exploring the effects of consumers' dissatisfaction level on complaint behaviors. **European Journal of Marketing**, v. 25, n. 9, p. 7-21, 1991.

SOARES, A. M.; FARHANGMEHR, M.; SHOHAM, A. Hofstede's dimensions of culture in international marketing studies. **Journal of Business Research**, v. 60, n. 3, p. 277-284, 2007.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor comprando, possuindo e sendo.** Tradução Lene Belon Ribeiro. 5 ed. Bookman, 2002, p 246-248. Título Original: Consumer Behavior: Buying, Having, And Being.

TAX, S.; BROWN, S.; CHANDRASHEKARAN, M. Customer evaluations of service complaint experiences: implications for relationship. **Journal of Marketing**, v. 62, n. 2, p. 60-76, 1998.

WAINBERG, J. Os estudos interculturais e a cabeça do brasileiro. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 1, n. 38, 2009.

WALKER, D. **O cliente em primeiro lugar - O atendimento e a satisfação do cliente como uma arma poderosa de fidelidade e vendas.** p. 129-133, São Paulo: Makron, 1991.

WESTBROOK, R. A.; OLIVER, R.P. 1991. The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction. **Journal of Consumer Research**, v. 18, p. 84-91, 1991.

ZÜLZKE, M. L. **Abrindo a empresa para o consumidor.** 4.ed. São Paulo: Qualitymark, 1991.

Sites consultados:

Disponível em:

<<http://anodafrancanobrasil.cultura.gov.br/br/2009/11/11/para-lula-ano-da-franca-no-brasil-intensifica-relacao-proficua/>>. Acesso em: 17 mar. 2010.

Disponível em:

<http://ambafrance-br.org/france_bresil/IMG/pdf_Revista_Le_bresil_ev_la_france.pdf>. Acesso em: 21 set. 2009.

Disponível em: <<http://www.quechoisir.org>>. Acesso em: 11 out. 2009.

Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>>. Acesso em: 11 out. 2009.

Disponível em: <<http://www.legifrance.gouv.fr>>. Acesso em: 13 out. 2009.

Disponível em: <<http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr>>. Acesso em: 15 out. 2009.

Disponível em: <<http://www.60millions-mag.com>>. Acesso em: 15 out. 2009.

Disponível em: <<http://www.conso.net>>. Acesso em: 15 out. 2009.

Disponível em: <<http://www.abep.org/novo>>. Acesso em: 01 mar. 2010.