

## Tese de doutorado da USCS estuda motivadores dos resultados das tratativas de reclamações

*Foram analisadas reclamações no site consumidor.gov.br.*

Quais os principais motivadores que levam as empresas a incorrerem em Codestruição (CDV), Correcuperação (CRCV) ou Corredução de Valor (CRDV) após ações corretivas para solucionar reclamações de clientes? Esta foi a pergunta que norteou a tese de doutoramento da pesquisadora Fátima Penha Leone, do PPGA (Programa de Pós-Graduação em Administração) da Universidade Municipal de São Caetano do Sul. Para responder essa questão foi feita coleta das réplicas da finalização das reclamações no final de agosto/21, no site [consumidor.gov.br](http://consumidor.gov.br). Foram coletadas réplicas das reclamações finalizadas, que foram classificadas pelo site como “resolvidos” e “não resolvidos”, totalizando 39.399 réplicas, um total bruto, pois para a utilização limpezas foram necessárias, a fim de descartar as que não possuíam determinadas características necessárias ao estudo. Para o grupo dos resolvidos, coletou-se 22.885 (58,08%) e para o outro grupo, não resolvidos, um total de 16.514 (41,92%).

Fátima explica que a evolução da humanidade anda de forma acelerada quando se trata de fluxo de informações. Com o advento da internet e suas várias ferramentas de acesso e interação tem-se o surgimento de um novo mundo de negócios: o virtual. As plataformas digitais e os websites são uma realidade em que vários usuários conseguem se conectar e interagir de forma rápida e crescente. A distância física não existe mais e a facilidade para obter conhecimento sobre vários assuntos, além de novos concorrentes, abrange também o conhecimento sobre produtos, serviços e opiniões de consumo. “Fatores como a Internet e a Tecnologia da Informação (TI) são responsáveis por um desenvolvimento crescente, impactando na forma de gestão do marketing, preocupando-se com serviços e não somente com produtos. Uma vez que não se pode negar que o mundo virtual já faz parte da rotina de grande parte do mundo, existe a necessidade de entender como e se esse ambiente fornece realmente uma base sólida para que empresas possam interagir de forma efetiva com seus clientes no ambiente virtual, com o interesse de cocriar valor, mediante a colaboração e engajamento entre as partes (empresa-cliente e ou empresa-empresa)”, conta a pesquisadora.

Além da revisão teórica sobre o tema, a ex-aluna do PPGA-USCS contou com a aplicação da Modelagem de Tópicos como metodologia para primeiro separar em tópicos as réplicas das reclamações, a fim de se ter uma visão mais organizada e, após, com o uso do programa ATLAS TI, os motivadores foram localizados dentre 250 réplicas coletadas para cada uma das análises. Utilizou também a Análise de Sentimentos uma metodologia empregada para mineração de grandes bancos de dados que acabam por impossibilitar a classificação manual, utilizando métodos computacionais para essa tarefa capazes de extrair informações subjetivas de textos em linguagem natural, como opiniões e sentimentos, a fim de criar conhecimento estruturado que possa ser utilizado por um sistema de apoio ou tomador de decisão. Com a aplicação da Análise de Sentimentos, as réplicas foram classificadas em positivas, negativas ou neutras e pela Modelagem de Tópicos foi possível identificar os itens relacionados com os sentimentos positivos e negativos. Com a localização e separação dos motivadores as dimensões foram estabelecidas, finalizando com oito dimensões relacionadas à Codestruição (CDV). “Dentro da pergunta que norteou este trabalho foram encontrados os motivadores, num total de 17. Pela análise das réplicas, após a aplicação da Modelagem de Tópicos (MT),

estes motivadores foram agrupados, formando assim as dimensões, proposta colocada como um dos objetivos secundários. As dimensões encontradas foram: Confiabilidade, Reparação/Compensação, Equidade, Transparência, Facilitação, Responsabilização, Segurança e Legalidade”, explica Fátima.

A pesquisadora acredita que, para os acadêmicos, sua tese pode servir como um guia para que outros segmentos, que não o comércio eletrônico, sejam estudados, aplicando-se a mesma metodologia, não esgotando as várias possibilidades que o mundo virtual e as ferramentas computacionais oferecem. “A utilidade desta pesquisa para gestores e empresas como um todo está exatamente na busca de um maior aprofundamento sobre as informações que as plataformas digitais podem proporcionar e como aplicar esse conhecimento em prol do ganho das empresas, com a implementação de melhorias que se façam necessárias”, sugere a doutora em Administração pela USCS.

Entre os resultados encontrados em sua pesquisa, Fátima aponta que a publicidade enganosa mostrou-se como uma das principais causas de reclamações, tanto em conjunto com outros motivadores como isoladamente. “Esse motivador representa problemas ocorridos com a compra ou a operação inicial entre consumidores e empresas, o que pode ser um indício de que determinados problemas não possuem ações que consigam reparar por completo a falha ocorrida”, adverte a pesquisadora. “Os achados também sugerem que consumidores insatisfeitos com as tratativas das falhas de serviços tendem a compartilhar suas experiências negativas por meio de suas redes sociais, assim como um possível rompimento com a marca, procedendo para a troca de fornecedor”, finaliza Fátima.

A tese de doutoramento de Fátima Penha Leone teve orientação do Prof. Dr. Milton Carlos Farina, da USCS, que avalia assim a importância da pesquisa: “A tese realizada por Fátima apresenta um ‘caminho’ que as empresas podem utilizar nos registros das reclamações de seus consumidores de forma a evitar a codestruição e a corredução de valor e enfatizar a correção de valor, uma vez que valor é um dos conceitos básicos na relação empresa-cliente”.

O acesso à íntegra da tese de doutorado de Fátima Penha Leone pode ser feito no link: <https://www.uscs.edu.br/pos-stricto-sensu/arquivo/758>.

O programa de O Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGA da USCS é composto por: Mestrado, Doutorado e Pós-Doutorado em Administração. Contempla três linhas de pesquisa: Gestão para o Desenvolvimento e Regionalidade; Gestão Organizacional e Redes Organizacionais e Inovação. Mais informações sobre o programa, acesse: <https://uscs.edu.br/pos-stricto-sensu/ppga/mestrado-em-administracao>.

---

### Mais informações à imprensa:

Universidade Municipal de São Caetano do Sul

E-mail: [imprensa@online.uscs.edu.br](mailto:imprensa@online.uscs.edu.br)

Tel.: 11 4239-3233

30/05/2023