

An abstract painting featuring a central focus of concentric circles. The innermost circle is a small, dark blue dot. This is surrounded by a larger yellow ring, which is in turn surrounded by a blue ring. The outermost ring is a large, vibrant yellow circle. The background of the entire composition is a rich, textured red. The brushstrokes are visible, giving the painting a dynamic and expressive feel.

**AS MELHORES
EMPRESAS
NO ATENDIMENTO
AO CONSUMIDOR**

ÉPOCA

ESPECIAL RECLAME AQUI

**SÓ CONQUISTAMOS O 1º LUGAR
PORQUE COLOCAMOS VOCÊ EM 1º LUGAR.**



Chevrolet.
1º lugar no Prêmio Época Reclame AQUI 2018
na categoria Montadoras de Veículos.

chevrolet.com.br

CAMPEĂ



PREMIU
EPOCA
Reclamații AQUA
2018



WAGGANN | CHEVROLET

FIND **NEW** ROADS™

CHEVROLET





Aumenta o número de brasileiros que compram ou boicotam uma marca em virtude de sua posição sobre questão social ou política

por Liana Melo

CONSUMO POLÍTICO

Assim como votar, consumir é um ato político. Igual aos produtos à venda no mercado, candidatos também são negociados — e avaliados — durante a campanha eleitoral. A diferença é a moeda de troca envolvida ao final do processo de escolha: no lugar do real, o voto. Depois das eleições mais conturbadas desde a redemocratização, o Brasil que emergiu das urnas, há duas semanas, é um país cindido. Os eleitores elegeram um presidente que adotou uma retórica hiperbólica e bélica e disparou diatribes contra as minorias; enquanto os consumidores preferem marcas que defendam causas sociais, indo de encontro ao país projetado pelo presidente recém-eleito. Ainda durante a campanha, Jair Bolsonaro disse querer “um Brasil semelhante àquele que tínhamos 40, 50 anos atrás” — aos consumidores daquela época só importava se o produto era bom, e não se a empresa era confiável, ética, inovadora e engajada com questões socioambientais. O Brasil retrô ao qual o novo presidente se referiu é a antítese desse consumidor engajado que domina a agenda do século XXI.

A polarização vivida pelo país nas eleições 2018 não é um problema exclusivo do Brasil. É um fenômeno mundial. Ao mesmo tempo que a compra por convicção prevalece globalmente, o mundo está ficando cada vez mais desconfiado, e o principal

alvo é justamente o governo. A constatação é de um conjunto de pesquisas da Edelman, agência global de relações públicas. Depois de estudar o comportamento do consumidor em oito países, a sondagem *Edelman Earned Brand 2018* concluiu que duas a cada três pessoas pagam por um produto motivadas pelo posicionamento da marca sobre temas da sociedade. Em sua quarta edição, o levantamento foi feito no Brasil, na China, França, Alemanha, Índia, no Japão, Reino Unido e nos Estados Unidos, entre junho e julho deste ano.

Ainda segundo o *Earned Brand 2018*, 69% dos brasileiros compram ou boicotam uma marca em virtude de sua posição sobre uma questão social ou política, revelando um impressionante aumento de 13 pontos em relação ao ano passado. A média mundial é mais baixa: 64%. Como o Brasil vem seguindo a tendência global, o consumo orientado por um causa domina todas as faixas etárias, assim como se disseminou entre os diferentes grupos socioeconômicos. No Brasil, 59% dos entrevistados responderam que as marcas têm ideias melhores que o governo para resolver os problemas; mundialmente, a média é 46%. A crença dos brasileiros quanto à capacidade de as empresas fazerem mais do que os governos para solucionar questões sociais é mais arraigada aqui do que lá fora: 63% em comparação a 53%.

Shopping em São Paulo. Para a maioria dos brasileiros, as marcas têm ideias melhores que os governos para resolver problemas nacionais, informa pesquisa

“Os consumidores estão depositando nas empresas seus desejos de mudança”, disse Marcília Ursini, vice-presidente de Engajamento para Marketing na Edelman. “Cada vez mais, as companhias estão indo além de seus negócios tradicionais para se posicionar sobre questões relevantes para elas e seus públicos, seja por meio de um posicionamento consistente, seja pela defesa de questões atuais e do ativismo de causa”, concluiu.

Em outra enquete, também da Edelman, o *Trust Barometer 2018* mediu o índice de confiança em quatro instituições: governo, empresas, ONGs e mídia. Globalmente, 20 dos 28 países pesquisados, incluindo o Brasil, foram classificados como desconfiados em relação a suas instituições. O nosso é o terceiro país com maior queda no índice de confiança, atrás apenas dos Estados Unidos e da Itália — países que, coincidentemente, protagonizaram reviravoltas nas últimas eleições e onde as redes sociais amplificaram todo tipo de discurso e foram vitais na disputa. No rol dos mais desconfiados estão ainda África do Sul, Índia e Colômbia. “Nesta edição do *Edelman Trust Barometer*, os dados revelam um mundo polarizado em relação ao sentimento de confiança, e é um desafio para as organizações navegarem nesse ambiente com realidades tão díspares”, avaliou Cristina Schachtitz, líder de Engajamento Corporativo na Edelman.

A maioria dos entrevistados — 81% — acredita que, no Brasil, o governo é a instituição mais corrompida das quatro pesquisadas — quase o dobro da média global. E 41% afirmaram que as empresas estão entre as instituições mais confiáveis, ainda que tenha sido registrada uma queda de 4 pontos em relação a 2017. Tradicionalmente, explicou Schachtitz, a confiança cai quando as pessoas estão com menos esperança sobre seu futuro e aumenta quando elas se sentem mais otimistas. No Brasil, o descrédito nas instituições captado pela pesquisa nasceu num ambiente impregnado por uma crise política e econômica e emoldurado por escândalos de corrupção que vieram à tona com a Operação Lava Jato. O levantamento de dados ocorreu entre outubro e novembro de 2017, pouco antes, portanto, do início do processo eleitoral.

MARCELO SARAIVA



O paulista Fábio Ronnie, de 40 anos, está no rol dos brasileiros desconfiados. Morador de Guarulhos, na Região Metropolitana de São Paulo, ele tentou trocar seu carro, um Duster 2014, da Renault, por um EcoSport 2015, da Ford, em setembro passado. Atraído por um anúncio de uma concessionária multimarcas de sua cidade, que dizia ter “a melhor avaliação do mercado”, Ronnie se animou. A empolgação durou pouco. A concessionária ofereceu um valor 35% abaixo do sugerido na tabela Fipe para carros usados. Indignado, escreveu para o site ReclameAQUI e desancou a multimarcas.

“Acho que meu dinheiro sai da torneira”, escreveu em sua reclamação, e concluiu seu texto fazendo uma alusão à corrupção no Brasil: “Depois um lugar desses quer reclamar do país, dos políticos, mas fazem exatamente a mesma coisa”. A chiadeira surtiu efeito. Menos de três horas depois da queixa ter sido publicada no site, a empresa entrou em contato e sugeriu que seu carro fosse avaliado por outra concessionária que não a de Guarulhos. O negócio não

Acima, Fábio Ronnie decepcionou-se com concessionária ao tentar trocar de carro e protestou no ReclameAQUI. Ao lado, à direita, consumidores tomam a Rua 25 de Março, no centro de São Paulo. Cada vez mais o empoderamento de quem compra é estudado pelas empresas



FOTO: CRIS FAGA/NURPHOTO/GETTY IMAGES

Empresas estão atentas às reações dos consumidores nas redes sociais e buscam fazer campanhas publicitárias que as aproximem dos brasileiros

foi fechado, mas o potencial cliente ficou satisfeito com a agilidade da empresa. Ronnie não só admitiu a possibilidade de voltar a fazer negócios com a concessionária, como reafirmou, nesse episódio, sua convicção de que “é mais fácil acreditar numa marca do que num político”.

Tamanha descrença na classe política, segundo a professora Aurea Helena Puga, da Fundação Dom Cabral (FDC), vem do fato de muitos políticos não abraçarem causas. “A maioria deles está legislando em causa própria”, disse ela, comentando que essa falta de compromisso não tem mais espaço no mundo corporativo. A consultora e também professora da instituição Betania Tanure completou o raciocínio comentando que a sociedade brasileira precisa amadurecer e perceber que “o voto deveria ser encarado como um instrumento de apoio ou desagravo, como é o ato de consumir”.

Com o mundo vivendo a era do empoderamento do consumidor, são pessoas como Ronnie que dão as cartas no mundo dos negócios. Com mais informações sobre produtos e serviços, o consumidor do século XXI é um sujeito multicanal, o que obriga as empresas a ser bem mais ágeis. Manter uma boa reputação no mercado virou uma obrigação, caso contrário ficará mais difícil sobreviver — motivo pelo qual a concessionária Honda foi célebre em resolver o problema de Ronnie.

Se, no passado, a responsabilidade social de uma empresa era aumentar seus lucros, como pregou o ícone do *laissez-faire* e prêmio Nobel de Economia de 1976, Milton Friedman, hoje ser uma marca vencedora não é mais a única variável para garantir o sucesso no mercado. É preciso ser uma marca vencedora, e, para isso, reputação é

tudo. Num mundo onde a mudança virou rotina e a reputação um escudo, Friedman foi superado, na prática, pelo megainvestidor Warren Buffett, que, além de ganhar muito dinheiro, sintetizou o momento atual de maneira lapidar: “Perca dinheiro para a empresa, e eu entendi. Perca um pingote de reputação, e eu serei implacável”.

Prestígio virou sinônimo de dividendos, e por isso a reputação passou a ser um ativo tão cobiçado — a ponto de uma reclamação ter o poder de detonar uma bomba na empresa, obrigando-a promover mudanças radicais. Foi o que ocorreu com a Skol, lembrou o sociólogo e especialista em comportamento do consumidor Fábio Mariano, professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). O exemplo é antigo, mas emblemático, para ilustrar as mudanças que vêm ocorrendo no mundo contemporâneo.

Depois de sofrer um massacre nas redes sociais ao veicular uma campanha publicitária sugerindo que as mulheres deixassem o “Não” em casa no Carnaval 2015, a Skol fez um mea-culpa e assumiu seu passado machista por explorar a objetificação feminina na propaganda de cerveja. A empresa foi uma das primeiras marcas a abandonar estereótipos e incorporar uma linguagem inclusiva em sua propaganda. Saíram os biquínis e trajes curtos, entraram em cena homens e mulheres de diferentes estilos e cores, casais gays e até pessoas, que, durante muito tempo, eram consideradas fora dos padrões estéticos exibidos pela publicidade.

“As marcas estão abraçando causas, porque o consumidor está cada vez mais consciente”, comentou Mariano, explicando que a consequência natural será a “comunicação das empresas passar por mudanças”, a exemplo do que ocorreu

AS PESSOAS ACREDITAM NAS MARCAS COMO UMA FORÇA EFETIVA DE MUDANÇA

Percentual dos que concordam

As marcas têm ideias melhores que o governo para resolver os problemas do país

59%
no Brasil

46%
no mundo

As marcas podem fazer mais que o governo para solucionar questões sociais

63%
no Brasil

53%
no mundo

FONTE: ELDEMAN EARNED BRAND 2018

Para o Grupo Bradesco Seguros,
o maior prêmio é contar com a
confiança dos nossos Clientes.

Bradesco Seguros, vencedora do prêmio
Época Reclame Aqui 2018, na categoria
Seguros – Bancos.

CPNJ: 33.055.146/0001-93

AlmapBDDO

#comvocêsempre

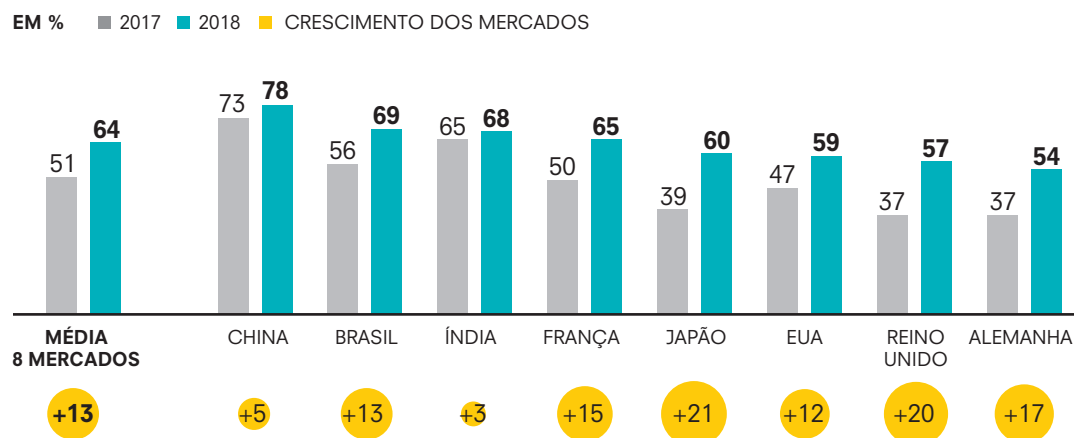


SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 727 9966
SAC – Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 701 2708
Ouvidoria: 0800 701 7000

 bradesco seguros

AUMENTA PESO DA MOTIVAÇÃO SOCIAL NA COMPRA

Consumidores que dizem comprar por convicção



Fonte: Edelman Earned Brand 2018

com a Skol. Recalibrar a forma de se comunicar passou a ser fundamental, especialmente para dialogar com o consumidor brasileiro. Como apontou a Edelman, as escolhas baseiam-se na própria identificação — ou não — do consumidor com o posicionamento da marca em relação a temas da sociedade. Em períodos eleitorais, o risco de misturar política com negócio pode ser explosivo. Mas tudo depende da forma de comunicação.

As vésperas do pleito, a rede de fast-food Burger King entrou na polarização política sem escolher nenhum dos lados. Optou por defender o voto consciente. A empresa disseminou um vídeo nas redes sociais contra o voto nulo ou branco e lançou mão de uma urna falsa, instalada em frente à loja da rede na Avenida Paulista, o coração financeiro do país, em São Paulo. Os pedestres eram estimulados a participar da falsa votação. Quem optasse por votar em branco ganhava um sanduíche recheado apenas de cebola e maionese, em que vinha escrito na embalagem do lanche: “Este é o Whopper em branco, um sanduíche com ingredientes escolhidos por outra pessoa. Quando alguém escolhe em seu lugar, não dá para reclamar do resultado”.

O ativismo eleitoral do Burger King não chegou a mudar substancialmente a falta de disposição dos eleitores em optar entre PSL e PT — a soma dos votos nulos e

brancos, com as abstenções, contabilizou 42,1 milhões de votos, ou seja, cerca de um terço do total de votos computados. Mas a estratégia rendeu elogios. “A empresa fez parte da conversa de uma forma inteligente”, comentou Marcília Ursini, da Edelman, chamando a atenção para outras estratégias que não foram tão felizes. Foi o caso do empresário Victor Vicenza, fabricante de calçados de Santa Catarina. O dono e a marca se confundiram ao deixar clara sua preferência por Bolsonaro, e a comunidade LGBTI+ revoltou-se. Clientes famosos, como Pablllo Vittar, anunciaram que não consumiriam mais as sandálias, botas e sapatos da grife Victor Vicenza.

“Vemos os partidos políticos, a política e as arenas de debate na sociedade cada vez com menos valor, e os consumidores estão se valendo da forma como eles compram e do poder de seu dinheiro para conseguir referendar essas posições”, analisou Michel Alcoforado, antropólogo e sócio fundador da Consumoteca, empresa especializada em consumo e tendências de comportamento do brasileiro. Ele está convencido de que “aplicativos e o movimento que vemos nas redes sociais, em que as pessoas deixam de comprar determinados produtos por causa de suas posições políticas e identidades em seus pleitos, vão se fortalecer nos próximos anos”. Foi-se o tempo em que vender era apenas um ato unilateral, e são os consumidores que ditam o ritmo das mudanças.

Mais um reconhecimento que devemos a vocês.

LEROY MERLIN
A casa da sua casa.

tribal



É um privilégio fazer parte da sua vida, assim como você faz da nossa.

A LEROY MERLIN recebeu três importantes premiações no Prêmio ÉPOCA ReclameAqui, um reconhecimento que nos enche de orgulho e faz a gente melhorar ainda mais os produtos e serviços que oferecemos a você. Obrigado pelo seu voto.



Melhor atendimento em Loja Física

8º ano consecutivo



Melhor atendimento em Loja Virtual

3º ano consecutivo



Prêmio Especial CEO RA 1000

Executivo com maior engajamento nas ações de atendimento e envolvimento com a equipe.

Siga-nos:



facebook.com/
LeroyMerlinBrasil



instagram.com/
leroymerlinbrasil



youtube.com/
LeroyMerlinBRA



twitter.com/
@LeroyMerlinBRA



pinterest.com/
leroymerlinbr

www.leroymerlin.com.br



Garoto joga futebol
diante de mural que
anuncia temporada
da série *Orange is the
new black*, da Netflix

FOTO: CHRISTOPHE ARCHAMBAULT / AFP



#OITNB

INOVAÇÃO É A ALMA DO NEGÓCIO

Netflix, Dotz e Magazine Luiza on-line são as supercampeãs no atendimento. Executivo da Leroy Merlin vence entre CEOs

por Liana Melo

Não existe mais zona de conforto no mundo dos negócios. Com a revolução digital, tudo ficou mais rápido, e o que parecia cena de filme de ficção científica virou realidade. Carros já podem andar sozinhos. Robôs humanoides — como a Sophia, que esteve numa reunião das Nações Unidas — ganharam inteligência e emoção. Drones andam fazendo entregas a jato. O mundo virou disruptivo, abalando setores tradicionais da economia, que passaram a ser vistos como ultrapassados na Quarta Revolução Industrial. A Netflix virou o exemplo mais bem-acabado da inovação disruptiva, segundo Clayton Christensen, o professor da Harvard Business School que cunhou o termo.

Com 130 milhões de assinaturas pagas em mais de 190 países, o principal serviço de entretenimento por internet do mundo foi escolhido pelos consumidores, no último dia 29, como a empresa supercampeã do Prêmio ÉPOCA ReclameAQUI 2018. “Queremos oferecer uma experiência incrível”, disse Luciane Carrillo, gerente da companhia na América Latina. A Netflix deixou a concorrência pelo caminho e já é, desde o começo do ano, um negócio com valor de mercado superior ao da Disney — um feito que os executivos da extinta locadora de vídeos americana Blockbuster, sua principal rival, não puderam prever. E o pior: eles chegaram a apostar, em 2002, que a empresa “não seria financeiramente viável”.

Ao simbolizar a nova era da indústria do entretenimento, a Netflix revolucionou o mercado ao trazer o lazer para todas as pla-

SILVIA COSTANTI/VALOR/FOLHAPRESS



Setores tradicionais da economia foram abalados pelas mudanças rápidas na sociedade e na relação entre empresas e consumidores

taformas, inclusive para a palma da mão. Virou corriqueiro seus assinantes assistirem a filmes ou a séries no metrô, no ônibus, no avião. “O Brasil é um mercado muito relevante para a Netflix, sendo uma de nossas primeiras expansões internacionais, que começamos há sete anos”, lembrou Carrillo. Grandes players do mercado perderam para empresas de menor porte que estão provocando uma transformação intensa na economia e desestabilizando mercados tradicionais e empresa líderes de seus segmentos.

A Dotz, uma marca jovem e dinâmica, criou uma moeda virtual que pode ser trocada por produtos, serviços e viagem. Foi eleita a empresa que mais evoluiu em 2018. “Comemos o Brasil pelas beiradas e viramos o maior programa de fidelidade do país por número de participantes”, comentou Daniel José de Oliveira Neto, gerente de Experiência com o Cliente. Não à toa a empresa ganhou o prêmio de maior evolução. Todos os diretores gravam vídeos se desculpando pessoalmente com o cliente em caso de alguma reclamação. Oliveira Neto, por exemplo, já protagonizou pouco mais de 120 vídeos. Tudo é gravado num estúdio montado dentro da sede da empresa. “Não falamos um texto-padrão, porque a ideia é conversar diretamente com o consumidor”, explicou.

Em 2019, a Dotz vai colocar o pé em São Paulo, o maior mercado consumidor do país. Está de olho no varejo de alimentação, no qual colocará em circulação sua moeda virtual. Seu cartão de compra, batizado com o nome da empresa, já circula em supermercados, postos de gasolina, farmácias e empresas de telefonia. E também em lojas de brinquedos, roupas e materiais de construção. “Queremos ser a maior empresa de coalização do varejo”, disse Oliveira Neto.

A loja on-line do Magazine Luiza foi a campeã de atendimento. O negócio vem registrando taxas de crescimento bem acima da média do mercado. No balanço do segundo trimestre, a empresa registrou um crescimento de 66,1% no e-commerce em comparação a uma expansão de 13,2% desse segmento de mercado. As vendas das lojas on-line respondem atualmente por 33% das vendas totais do grupo, incluindo as lojas físicas, que somam 900 pontos de venda. “Estamos crescendo acima da média do mercado”, comemorou Beatriz Menezes, gerente de atendimento da empresa.

Coube ao executivo Alain Ryckeboer, diretor-geral da Leroy Merlin, o título de CEO RA 1000. O francês chegou a Brasil há 21 anos e, como expatriado do grupo, começou a trabalhar em São Paulo. À época, a Leroy Merlin não tinha ainda nenhuma loja no país. Duas décadas depois, o grupo soma 41 lojas distribuídas por 12 estados, além do Distrito Federal. À frente de 9.500 colaboradores e administrando um negócio que fatura R\$ 5,3 bilhões, o grupo tem no Brasil um de seus mercados mais importantes entre os 14 países em que está presente.—



MARCELO SARAIVA

PARTICIPAÇÃO RECORDE

MAIS DE 8 MILHÕES DE INTERNAUTAS ESCOLHERAM AS EMPRESAS COM MELHOR ATENDIMENTO, ENTRE 404 CONCORRENTES

por Liana Melo

Pouco mais de 8 milhões de internautas votaram no Prêmio ÉPOCA ReclameAQUI 2018. Foi uma participação recorde, numa disputa ainda mais acirrada do que nos anos anteriores. Com 404 empresas concorrendo, o prêmio chegou a sua oitava edição — a sexta desde o início da parceria com a revista —, consagrando empresas de menor porte em detrimento de grandes players do mercado. Das 250 mil companhias cadastradas no site ReclameAQUI, apenas as com reputação boa ou ótima ou que ostentaram o selo RA 1000 (de excelência no atendimento) por um período de, no mínimo, oito meses ininterruptos puderam participar da votação popular.

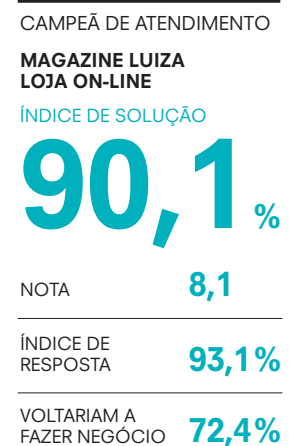
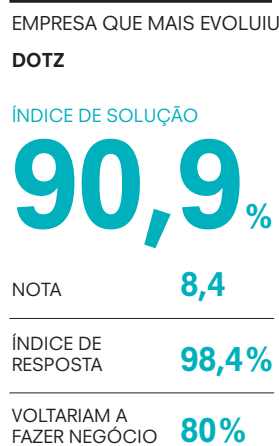
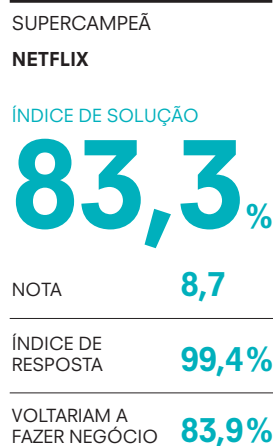
Consagrado como o “Oscar do Atendimento”, o Prêmio ÉPOCA ReclameAQUI passará a ser reconhecido, a partir do próximo ano, como o “Oscar da Reputação”. A premiação refletirá a mudança imposta pelo próprio consumidor: das 700 mil pessoas que entram diariamente no ReclameAQUI, apenas 245 mil têm problemas com as marcas, enquanto 455 mil, ou seja, 65% dos consumidores que frequentam o site, estão à procura de informações sobre a reputação das companhias.

Além dos prêmios de Empresa Supercampeã (Netflix), Equipe Campeã de Atendimento (Magazine Luiza — Loja On-line), Empresa que Mais Evoluiu (Dotz) e CEO RA 1000 (Alain Ryckeboer, da Leroy Merlin), os concorrentes foram divididos em 99 categorias. Neste ano, a lista de categorias ganhou mais seis segmentos de mercado: alimentos delivery, bancos e cartões digitais, concessionárias de serviços, empréstimos on-line e e-commerce — pequenas operações. As empresas vitoriosas foram avaliadas em quatro quesitos: Índice de Resposta, Índice de Solução, Voltariam a Fazer Negócio e Nota. Esses indicadores de resultado foram levantados entre os dias 1º de outubro de 2017 e 30 de setembro deste ano.

Nesta oitava edição do prêmio, os inscritos foram 800, em comparação aos 600 do ano passado. Foi expressiva a participação de internautas novatos. Uma pesquisa interna do ReclameAQUI, com 2.615 internautas, constatou que 63,47% dos eleitores votaram pela primeira vez no Prêmio ÉPOCA ReclameAQUI neste ano.

Acompanhe, nas próximas páginas, a lista das melhores empresas para o consumidor durante o ano de 2018.

Os supervencedores do Prêmio ÉPOCA ReclameAQUI, com o troféu nas mãos (da esq. para a dir.): Beatriz Menezes (Magazine Luiza), Luciane Carrillo (Netflix), Alain Ryckeboer (Leroy Merlin) e Samuel José de Oliveira Neto (Dotz)



Academias e serviços

GYMPASS

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

87,5%NOTA **8,3**ÍNDICE DE RESPOSTA **98%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **78,3%**

2° - Fórmula Academia / 3° - Bodytech Academia

Alimentos – Delivery

IFOOD

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

79,7%NOTA **7,8**ÍNDICE DE RESPOSTA **94,2%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **73%**

2° - SpoonRocket

Alimentos – Fast-food, restaurantes e bares

OUTBACK

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

73,9%NOTA **7,6**ÍNDICE DE RESPOSTA **99%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **68,6%**

2° - Restaurante Madero

Alimentos – Mercadoria

3 CORAÇÕES

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

94,2%NOTA **9,2**ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **89,2%**

2° - Ferrero do Brasil - Kinder, Nutella, Tic Tac, Ferrero Rocher / 3° - Bauducco

Alimentos – Multimarcas

NESTLÉ

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

80,8%NOTA **8,2**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,7%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **78,5%**

2° - Danone - Aptamil, Milnutri, Milupa, Sustain / 3° - Pepsico do Brasil

Alimentos – Perecíveis, congelados e lácteos

SADIA

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

92,8%NOTA **9,1**ÍNDICE DE RESPOSTA **98,5%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **88,5%**

2° - Piracanjuba / 3° - Perdigão

Alimentos – Pet

ROYAL CANIN

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

80,2%NOTA **8**ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **72,3%**

2° - PremierPet Grand Food Ltda.

Alimentos – Serviços

SODEXO PASS DO BRASIL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

91,9%NOTA **8,9**ÍNDICE DE RESPOSTA **98%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **84,9%**

2° - Alelo / 3° - Ticket Serviços

Artigos para escritório e escolares

FABER CASTELL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

91,2%NOTA **9,1**ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **89%**

2° - 3M do Brasil / 3° - BIC

É HEXAAA!

LOJAS AMERICANAS

QUANDO
O ATENDIMENTO
É BOM,
ATÉ O PRÊMIO
VOLTA.

Lojas Americanas é campeã pelo 6º ano seguido na categoria Rede de Varejo no prêmio Época ReclameAqui. Agradecemos e dedicamos mais este prêmio aos nossos clientes, associados, fornecedores e investidores.



Bancos

BANCO ITAÚ

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

70,2%NOTA **7**ÍNDICE DE RESPOSTA **97%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **61,4%**

2° - Banco Bradesco

Bancos e cartões digitais

NUBANK

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

77,7%NOTA **7,7**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,4%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **70,1%**

2° - Pagl / 3° - Banco Inter

Bancos e serviços financeiros

ITAUCRED E BANCO FIAT

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

83,3%NOTA **7,9**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,6%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **63,4%**

2° - Banco BMG / 3° - Agibank

Bebidas

COCA-COLA FEMSA BRASIL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

85,7%NOTA **7,7**ÍNDICE DE RESPOSTA **85,1%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **80,4%**

2° - Heineken Brasil / 3° - Sucos Maguary

Beleza, estética e cosméticos

O BOTICÁRIO

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

86,4%NOTA **8,5**ÍNDICE DE RESPOSTA **96,1%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **81,7%**

2° - Natura / 3° - Avon Cosméticos

Brinquedos – Fabricantes

BRINQUEDOS BANDEIRANTE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

87,8%NOTA **8,6**ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **78%**

2° - Multikids / 3° - Toyster Brinquedos

Calçados – Fabricantes

HAVAIANAS - LOJA FÍSICA

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

81,9%NOTA **8,1**ÍNDICE DE RESPOSTA **98,6%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **75,5%**

2° - Usaflex / 3° - Arezzo - Loja Física

Cama, mesa e banho

SANTISTA

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

93,3%NOTA **9,3**ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **88,9%**

2° - MMartan / 3° - Artex

Cartões de crédito

CREDICARD

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

86,3%NOTA **8,3**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,5%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **76,6%**

2° - Cartão Submarino / 3° - Hipercard

**PAYPAL, O LÍDER MUNDIAL
EM PAGAMENTOS ONLINE,
É TAMBÉM O MELHOR
EM ATENDIMENTO
AO CLIENTE.**



**PAYPAL, PENTACAMPEÃO
NO PRÊMIO ÉPOCA RECLAMEAQUI.**

PayPal é, pela quinta vez, a empresa campeã do Prêmio Época ReclameAQUI na categoria Pagamentos Online. Mas, melhor que ganhar é saber que temos tantos clientes satisfeitos. E é por isso que continuaremos nos empenhando em atendê-los cada vez melhor, deixando suas compras mais rápidas e seguras com o Frete Grátis na Devolução, o Programa de Proteção ao Cliente e One Touch™. O PayPal é assim.

**CRIE SUA CONTA GRÁTIS E CONHEÇA ESSAS E OUTRAS VANTAGENS.
Acesse paypal.com.br**

PayPal REINVENTE SUA FORMA DE PAGAR

Casa e construção – Comércio

LEROY MERLIN

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

90,5%NOTA **8,2**ÍNDICE DE RESPOSTA **98,9%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **74,2%**

2° - Copafer

Casa e construção – Fabricantes

TIGRE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

94,2%NOTA **9,3**ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **93%**

2° - Portobello / 3° - Galaxy LED

Casa e construção – Fabricantes – Louças e metais

DECA - LOUÇAS E METAIS

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

81,1%NOTA **8,1**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,2%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **77,4%**2° - Docol Metais Sanitários /
3° - Fiori Louça Sanitária

Casa e construção – Fabricantes – Tintas

TINTAS CORAL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

91%NOTA **8,9**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,7%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **83,4%**

2° - Tintas Suvinil - Basf

Casa, móveis e decoração – Comércio

TOK&STOK

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

88,1%NOTA **7,8**ÍNDICE DE RESPOSTA **93,2%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **69,1%**

2° - Etna Home Store

Classificados e comparadores on-line

ZOOM.COM.BR

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

90,1%NOTA **8,7**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,6%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **81%**

2° - ZAP Imóveis / 3° - VivaReal

Clube de compras

COMPRA CERTA - BRASTEMP-CONSUL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

81,4%NOTA **7,3**ÍNDICE DE RESPOSTA **98,7%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **60,1%**

2° - Clube do Ricardo

Colchões

PROBEL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

81,4%NOTA **7,7**ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **62%**2° - Colchões Castor /
3° - Colchões Gazin

Companhias aéreas

GOL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

77,5%NOTA **7,8**ÍNDICE DE RESPOSTA **98,8%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **74,9%**

4X EM PRIMEIRO LUGAR!

É HORA DE
COMEMORAR.



Pelo 4º ano consecutivo, conquistamos o **Prêmio Época Reclame Aqui** como melhor atendimento na categoria **Locadora de Veículos**.

Obrigado por fazer do seu reconhecimento o nosso maior prêmio.

 **Localiza Hertz**

Concessionárias de serviço

CELPE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

78,2%NOTA **7,4**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,9%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **62,4%**2° - Cosern /
3° - Enel Distribuição - Goiás

Concessionárias e lojas de veículos

LOCALIZA SEMINOVOS

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

83,1%NOTA **7,7**ÍNDICE DE RESPOSTA **96,8%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **59,8%**2° - Pateo Hyundai /
3° - Unidas Seminovos

Consórcios

CONSÓRCIO LUIZA

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

93%NOTA **8,8**ÍNDICE DE RESPOSTA **98,5%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **77,5%**2° - Rodobens Consórcio /
3° - Consórcio Embraccon

Construtoras, empreendimentos imobiliários e incorporadoras

MOMENTUM EMPREENDIMENTOS

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

86,2%NOTA **8,2**ÍNDICE DE RESPOSTA **98,1%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **72,5%**

2° - Living Construtora / 3° - WAM Brasil

Distribuidoras – Postos de combustível

PETROBRAS DISTRIBUIDORA

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

82%NOTA **8,1**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,9%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **74,9%**

E-commerce – Grandes operações

AMERICANAS.COM - LOJA ON-LINE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

90,2%NOTA **8,1**ÍNDICE DE RESPOSTA **98,4%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **71%**2° - Magazine Luiza - Loja on-line /
3° - Submarino

E-commerce – Médias operações

POLISHOP

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

89,9%NOTA **8,3**ÍNDICE DE RESPOSTA **98,8%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **74,2%**

2° - Peixe Urbano / 3° - KaBuM!

E-commerce – Pequenas operações

IMAGINARIUM - LOJA VIRTUAL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

93,7%NOTA **8,9**ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **82,9%**2° - Web Continental /
3° - LojasMM.com - Loja on-line

E-commerce – Artigos esportivos

CENTAURO

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

88,1%NOTA **8**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,6%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **67,5%**

2° - Nike - Loja on-line / 3° - Kanui

SE CHEGAR NO 1º LUGAR É DIFÍCIL, IMAGINE PERMANECER.



CORAL. PELO 2º ANO CONSECUTIVO, VENCEDORA NA CATEGORIA CASA & CONSTRUÇÃO DO PRÊMIO ÉPOCA RECLAME AQUI. QUE BOM TER VOCÊ CONOSCO EM MAIS ESTA CONQUISTA.



E-commerce – Bebidas

EMPÓRIO DA CERVEJA

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

82,3%NOTA **7,8**ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **68,1%**

2° - Evino / 3° - Wine.com.br

E-commerce – Calçados, bolsas e acessórios

AREZZO - LOJA ON-LINE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

91,9%NOTA **8,4**ÍNDICE DE RESPOSTA **97,1%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **74,1%**2° - Loja Melissa - Loja on-line/
3° - Schutz - Loja on-line

E-commerce – Casa, móveis, decoração e construção

LEROY MERLIN - LOJA VIRTUAL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

85,2%NOTA **7,6**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,9%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **60,8%**2° - Mobly /
3° - Etna Home Store - Loja on-line

E-commerce – Cosméticos e perfumaria

O BOTICÁRIO - LOJA ON-LINE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

91,4%NOTA **8,7**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,1%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **81,6%**2° - Época Cosméticos e Perfumaria /
3° - Beleza na web

E-commerce – Floricultura

GIULIANA FLORES

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

80,7%NOTA **7,3**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,9%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **57,1%**

E-commerce – Livros

SARAIVA - LOJA FÍSICA E ON-LINE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

78,9%NOTA **7,3**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,3%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **60,9%**

2° - Livraria Cultura

E-commerce – Moda e confecção

DAFITI.COM.BR

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

87,2%NOTA **8,1**ÍNDICE DE RESPOSTA **98,9%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **71,7%**

2° - C&A - Loja on-line / 3° - Privalia

E-commerce – Óticas, joalherias e relógios

VIVARA JOIAS - LOJA VIRTUAL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

78%NOTA **7,3**ÍNDICE DE RESPOSTA **95,9%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **65,9%**

2° - Virtual Joias / 3° - Óculos Shop

E-commerce – Pet

PETZ - LOJA ON-LINE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

87,2%NOTA **7,8**ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **62,1%**

2° - Zee Dog



Liberty

Oi, Carol. Você está bem?
Fica tranquila, o guincho
está a caminho. 😊

Quando o assunto é atendimento de qualidade, a gente não se cansa de ser repetitivo.

Liberty Seguros, pela 3ª vez vencedora do Época Reclame Aqui.

É a terceira vez consecutiva que a Liberty Seguros vence o prêmio Época Reclame Aqui. Um reconhecimento especial porque vem de quem mais importa para nós: os nossos clientes.

Fale com seu corretor e tenha um atendimento acolhedor, ágil e de qualidade. Afinal, com a Liberty os imprevistos não impedem que você aproveite os momentos que importam.

Conte com a Liberty.



Liberty
Seguros

E-commerce –
Produtos e acessórios – Bebês

BEBÊ STORE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

85,8%

NOTA **7**

ÍNDICE DE RESPOSTA **95,9%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **48,8%**

2° - Tricac / 3° - Abracadabra Móveis e Decorações Infantis

E-commerce – Refrigeração

FRIGELAR

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

96,3%

NOTA **8,8**

ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **76,2%**

2° - CentralAr.com / 3° - Refrigeração Dufrio

E-commerce –
Suplementos alimentares

BOA SAÚDE SUPLEMENTOS

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

84,4%

NOTA **7,8**

ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **68,8%**

2° - Natue / 3° - Corpo Ideal Suplementos

E-commerce –
Telefonia e acessórios

TROCAFONE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

85,3%

NOTA **7,6**

ÍNDICE DE RESPOSTA **98,9%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **61%**

2° - Gocase

Educação –
Escolas, cursos e EAD

WISE UP

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

88,1%

NOTA **8,4**

ÍNDICE DE RESPOSTA **96,3%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **69,8%**

2° - Gran Cursos on-line / 3° - Microcamp

Educação – Universidades e faculdades

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

75,7%

NOTA **7,3**

ÍNDICE DE RESPOSTA **97,6%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **60,1%**

2° - Unicesumar - Centro Universitário Cesumar / 3° - Centro Universitário - Uninter

Empregos e RH

CATHO ON-LINE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

80,5%

NOTA **7,4**

ÍNDICE DE RESPOSTA **99,7%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **53,3%**

2° - Empregos.com.br

Empréstimos on-line

JUST ON-LINE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

89,9%

NOTA **8,4**

ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **70,3%**

2° - Simplic / 3° - Lendico

Entretenimento

NETFLIX

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

86,3%

NOTA **8,7**

ÍNDICE DE RESPOSTA **99,4%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **83,9%**

2° - Cinesystem Cinemas

crefisa

Tricampeã em excelência no atendimento!

Esse prêmio reforça o
compromisso diário que a
Crefisa tem em colocar o
cliente sempre em 1º lugar!

A Crefisa é a **maior
vencedora da categoria**
Soluções Financeiras do
Prêmio Época Reclame
Aqui, sendo eleita pela
terceira vez em 2018!



www.crefisa.com.br

Baixe o App:



CREFISA
EMPÉSTIMOS

Fabricantes – Artigos
esportivos

CALOI BICICLETAS

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

87,7%

NOTA **8,8**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **100%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **82,5%**

2° - Colli Bike

Fabricantes –
Eletrodomésticos

ELECTROLUX DO BRASIL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

91,6%

NOTA **8,5**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **98,9%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **78,1%**

2° - Panasonic / 3° - Mondial
Eletrodomésticos

Fabricantes – Eletrônicos

SONY BRASIL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

87,9%

NOTA **8,7**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **99,2%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **82,9%**

2° - Positivo Informática /
3° - Epson do Brasil

Fabricantes – Eletrônicos –
Telefonia celular

ALCATEL MOBILE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

91,3%

NOTA **8,6**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **99,8%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **73,1%**

2° - Quantum Celulares

Fabricantes – Ferramentas e
máquinas

**MAKITA FERRAMENTAS
ELÉTRICAS**

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

79,8%

NOTA **7,8**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **99,5%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **71,2%**

2° - Vonder /
3° - Karcher Indústria e Comércio

Fabricantes – Pneus

GOODYEAR

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

85,4%

NOTA **8,5**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **100%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **82%**

2° - Michelin / 3° - Continental Pneus

Farmácias

ULTRAFARMA

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

83,3%

NOTA **7,7**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **97,8%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **71,3%**

2° - Drogaria Onofre / 3° - Netfarma

Foto e vídeo

PHOOTO

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

94,8%

NOTA **8,7**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **100%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **79,4%**

2° - FotoRegistro / 3° - NicePhotos (Oi
Fotos)

Gráficas on-line

PRINTI

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

85,4%

NOTA **7,6**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **91,8%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **63,8%**

2° - Gráfica FuturaIM

1º lugar

no Prêmio Época Reclame Aqui,
categoria Saúde - Planos de Saúde,
pelo segundo ano consecutivo.

ATENDER É ENTENDER.

Para a Unimed-BH, ouvir e entender o que cada cliente quer e precisa é fundamental. É assim que evoluímos e melhoramos nossos serviços, nosso atendimento e nossa estrutura, para que toda pessoa seja bem cuidada.



Higiene e limpeza –
Multimarcas

JOHNSON & JOHNSON

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

90,8%

NOTA **9,1**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **99,5%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **88,1%**

2° - Kimberly - Clark /
3° - Bettanin Industrial

Higiene e limpeza – Serviços

DR. LAVA TUDO

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

98,1%

NOTA **9**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **91,2%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **82,7%**

2° - Higitec Desentupidora e
Dedetizadora / 3° - aLavadeira.com

Hosts

UOL HOST

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

92,9%

NOTA **8,6**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **95,6%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **71%**

2° - Locaweb / 3° - HostGator

Ingressos on-line

INGRESSO.COM

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

92,4%

NOTA **8,9**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **99,9%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **85,9%**

2° - Ingresso Rápido / 3° - Ticket360

Locadora de veículos

LOCALIZA HERTZ

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

88,4%

NOTA **8,4**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **97%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **77,5%**

2° - Unidas Aluguel de Carros

Logística e transporte

**DIRECT LOGÍSTICA -
DIRECTLOG**

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

94,6%

NOTA **8,2**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **89,4%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **69,9%**

2° - Transfolha / 3° - Diálogo Logística

Materiais, equipamentos
médicos e odontológicos

DENTAL CREMER

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

94,8%

NOTA **9,1**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **100%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **89,5%**

2° - Accu-Chek / 3° - KaVo Dental
Excellence

Meios de pagamento
eletrônico

PAGSEGURO

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

85,1%

NOTA **8,1**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **96,9%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **74,6%**

2° - SumUp / 3° - Rede

Moda e confecção –
Fabricantes

MALWEE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

91%

NOTA **8,5**

ÍNDICE DE
RESPOSTA **99,1%**

VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **77,6%**

2° - Reserva / 3° - DeMillus



COMBINAR UM CAFÉ DE QUALIDADE
COM SEU RECONHECIMENTO É A
NOSSA MELHOR RECEITA.

PRÊMIO
EPOCA
RedameAQUI
AS MELHORES
EMPRESAS PARA
O CONSUMIDOR
2 0 1 8

OBRIGADO POR FAZER
DA 3CORAÇÕES O
GRUPO QUE ESTÁ
SEMPRE PRESENTE NO
SEU DIA A DIA!



♥ 3CORACOES.COM.BR

f /GRUPO3CORACOES

📷 3CORACOES

Moda e confecção – Varejo

**LOJAS RIACHUELO E
MIDWAY FINANCEIRA**

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

89,7%NOTA **8,3**ÍNDICE DE
RESPOSTA **97,6%**VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **72%**

2° - Lojas Marisa - Loja física

Montadoras de veículos

CHEVROLET

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

87,6%NOTA **7,9**ÍNDICE DE
RESPOSTA **89,7%**VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **69,1%**

2° - Toyota / 3° - Mitsubishi

Operadoras e
administradoras de cartões**ITAUCARD**

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

80,7%NOTA **7,8**ÍNDICE DE
RESPOSTA **99,8%**VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **71,1%**2° - Credsystem Adm Cartões de
Crédito

Óticas, joalherias e relógios

RAY-BAN

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

73,3%NOTA **7,2**ÍNDICE DE
RESPOSTA **99,3%**VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **59,7%**

2° - Relógios Orient / 3° - Oakley

Pagamentos on-line

PAYPAL BRASIL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

91,5%NOTA **9**ÍNDICE DE
RESPOSTA **99,1%**VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **87,1%**

2° - EBANX / 3° - RecargaPay

Peças e acessórios
automotivos**AUTOGLASS**

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

92%NOTA **8,7**ÍNDICE DE
RESPOSTA **100%**VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **82%**

2° - Jocar / 3° - PneuStore

Produtos e acessórios –
Bebês**HUGGIES -
TURMA DA MÔNICA**

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

95,5%NOTA **9,4**ÍNDICE DE
RESPOSTA **100%**VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **91,5%**

2° - Mam

Programas de pontos
e vantagens**SMILES**

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

78,9%NOTA **7,6**ÍNDICE DE
RESPOSTA **97,7%**VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **70,2%**

2° - Dotz / 3° - Livelo

Provedores

UOL

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

88,7%NOTA **8,1**ÍNDICE DE
RESPOSTA **88,9%**VOLTARIAM A
FAZER NEGÓCIO **64,9%**

2° - Terra

É BICAMPEÃ!

Tranquilidade é poder contar com uma empresa que constrói qualidade de vida

PRÊMIO
EPOCA
ReclameAQUI
AS MELHORES
EMPRESAS PARA
O CONSUMIDOR
2 0 1 8



momentum

Pelo segundo ano consecutivo, eleita a melhor empresa para o consumidor, na categoria Construtoras, Empreendimentos Imobiliários e Incorporadoras.



A maior empresa de loteamentos de lazer do Brasil.



Riviera de Santa Cristina



Ninho Verde



Santa Bárbara



Terras de Sta. Cristina

www.momentum.com.br

Química e farmacêutica

ROCHE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

87,2%NOTA **8,8**ÍNDICE DE RESPOSTA **98,9%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **84,6%**

2° - Aché Laboratórios Farmacêuticos / 3° - EMS Sigma Pharma

Rede de varejo

LOJAS AMERICANAS - LOJA FÍSICA

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

89,3%NOTA **8,5**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,4%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **78,6%**

2° - Magazine Luiza - Loja física / 3° - Casas Bahia - Lojas físicas

Saúde – Clínicas

DR.CONSULTA

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

76,7%NOTA **7,6**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,6%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **68,8%**

2° - Clinipam - Clínica Paranaense de Assistência Médica / 3° - Orthopride

Saúde – Hospitais

HOSPITAL ISRAELITA ALBERT EINSTEIN

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

80%NOTA **8,4**ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **82,9%**

2° - Hospital Alemão Oswaldo Cruz / 3° - Hospital 9 de Julho

Saúde – Laboratório e imagem

FLEURY MEDICINA E SAÚDE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

67,5%NOTA **6,8**ÍNDICE DE RESPOSTA **99,5%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **60%**

2° - CDPI - Centro de Diagnóstico por Imagem / 3° - Hermes Pardini

Saúde – Planos de saúde

UNIMED BH

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

84,1%NOTA **8,1**ÍNDICE DE RESPOSTA **97,3%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **76,8%**

2° - Hapvida Saúde / 3° - BioVida Saúde

Seguros em geral

LIBERTY SEGUROS

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

81,5%NOTA **7,4**ÍNDICE DE RESPOSTA **98,3%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **54,6%**

2° - Luizaseg Seguros / 3° - Cardif Seguros

Seguros on-line

COMPARAONLINE.COM

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

87,5%NOTA **8,6**ÍNDICE DE RESPOSTA **97,1%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **83,3%**

2° - Bem Mais Seguro / 3° - Minuto Seguros

Seguros – Bancos

BRADESCO SEGUROS

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

75,4%NOTA **7**ÍNDICE DE RESPOSTA **98,9%**VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **54,7%**

2° - Itaú Seguros e Capitalização / 3° - Caixa Seguradora



—
**achou,
 comprou,
 sorriu :)**
 —

—
**A Americanas.com é campeã do
 PRÊMIO ÉPOCA Reclame AQUI
 pela 6ª vez.**
 —



Quem compra na Americanas.com recebe o pedido com um mooonte de motivos para sorrir. Por isso, a gente queria agradecer a você que elegeu a Americanas.com o melhor e-commerce do Brasil. Obrigaaada!

americanas.com

Serviços de mobilidade urbana

99

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

68,3%

NOTA **6,8**

ÍNDICE DE RESPOSTA **95,6%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **60,1%**

2° - Sem Parar / 3° - ConectCar

Serviços de telecomunicação

ALGAR TELECOM

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

92,9%

NOTA **8,8**

ÍNDICE DE RESPOSTA **99,7%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **81,1%**

2° - America Net

Serviços on-line

DIETA E SAÚDE

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

93,3%

NOTA **8,5**

ÍNDICE DE RESPOSTA **90,2%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **72,8%**

2° - Quero Bolsa / 3° - PlayStation Brasil Oficial

Softwares

DIGITAL RIVER

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

90,8%

NOTA **8,3**

ÍNDICE DE RESPOSTA **100%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **69,6%**

2° - FS / 3° - Sage (Cenize - EBS - Folhamatic - IOB E-Store - IOB)

Soluções financeiras

CREFISA

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

79,7%

NOTA **7,5**

ÍNDICE DE RESPOSTA **99,3%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **54,2%**

2° - Banco24Horas - TecBan / 3° - XP Investimentos

Supermercados e atacados

ATACADÃO

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

61,5%

NOTA **6,6**

ÍNDICE DE RESPOSTA **98%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **61%**

2° - Bompreço / 3° - Tenda Atacado

Turismo e lazer

RIO QUENTE RESORTS

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

77,7%

NOTA **7,1**

ÍNDICE DE RESPOSTA **79,7%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **65,2%**

2° - Gramado Parks / 3° - PRIVE - Hotéis & Parques (Hotel Privé, Riviera, Boulevard, Atrium, Marina e Náutico Flat)

Turismo e lazer – Serviços

HOTELURBANO.COM

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

80,1%

NOTA **7,6**

ÍNDICE DE RESPOSTA **96,7%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **63,6%**

2° - Airbnb / 3° - MaxMilhas

Utilidades domésticas

NADIR FIGUEIREDO

ÍNDICE DE SOLUÇÃO

82,9%

NOTA **8,3**

ÍNDICE DE RESPOSTA **97,3%**

VOLTARIAM A FAZER NEGÓCIO **77,6%**

2° - Invicta Garrafas Térmicas / 3° - Aladdin - PMI