



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS VII – GOVERNADOR ANTÔNIO MARIZ
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

CADMO MONTEIRO GARCIA

**O VALOR PERCEBIDO PELO USUÁRIO DO SERVIÇO PÚBLICO EM
VISTA SERRANA-PB**

CADMO MONTEIRO GARCIA

**O VALOR PERCEBIDO PELO USUÁRIO DO SERVIÇO PÚBLICO EM
VISTA SERRANA-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Administração do centro de ciências exatas e sociais aplicadas da universidade Estadual da Paraíba, como requisito para a obtenção do grau de Bacharelado em Administração.

Orientador: Prof. Me. Bruna Cordeiro de Sousa

**PATOS
2023**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

G216v Garcia, Cadmo Monteiro.
O valor percebido pelo usuário do serviço público em Vista Serrana-PB [manuscrito] / Cadmo Monteiro Garcia. - 2023.
23 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2023.

"Orientação : Profa. Ma. Bruna Cordeiro de Sousa, Coordenação do Curso de Administração - CCEA. "

1. Serviço Público. 2. Atendimento ao público. 3. Avaliação dos usuários. I. Título

21. ed. CDD 363.6


CADMO MONTEIRO GARCIA

O VALOR PERCEBIDO PELO USÁRIO DO SERVIÇO PÚBLICO EM VISTA
SERRANA-PB

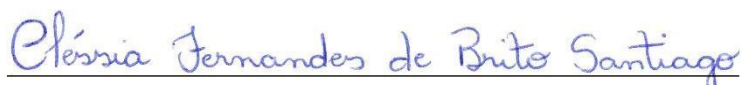
Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado a/ao Coordenação/Departamento
do Curso de Administração da Universidade
Estadual da Paraíba, como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Aprovada em: 01/12/2023

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 BRUNA CORDEIRO DE SOUSA
Data: 08/12/2023 16:58:37-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profª. Me. Bruna Cordeiro de Sousa
(Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Profª. Me. Cléssia Fernandes de Brito Santiago
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Profª. Me. Érika Lira Rosado
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Dedico esse trabalho aos meus pais e meus avós (in memoriam), por me empenharem e me encorajarem nessa caminhada árdua e gratificante.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus, pela força, sabedoria e oportunidade de concluir mais uma etapa na minha vida. A ele, sou imensamente grato por cada passo dado.

Aos meus queridos pais e irmãos, que sempre foram fontes inesgotáveis de apoio, amor e incentivo ao longo desta jornada, dedico uma gratidão profunda. Sem o suporte e o carinho de vocês, essa conquista não teria sido possível.

A todos os meus amigos que encontrei durante minha jornada na faculdade em especial a José Ericles, Manoela Medeiros, Erica Karoline e Rita Guimarães, expresso minha sincera gratidão. A amizade e companheirismo de vocês tornaram esses anos de estudo inesquecíveis, e sei que levarei cada lembrança e aprendizado para o resto da minha vida.

À professora Bruna, que esteve comigo nos últimos meses, me orientando com muita paciência e dedicação, agradeço do fundo do meu coração. Suas orientações e conhecimentos foram fundamentais para a conclusão deste trabalho.

E por fim, dedico essa nova etapa a uma pessoa muito especial na minha vida que infelizmente não está aqui para se orgulhar de mim. Minha vó, Francisca Alves Monteiro. Te dedico.

LISTA DE TABELAS

| | |
|-------------------------------------|----|
| QUADRO 1 – PERFIL DOS USUÁRIOS..... | 16 |
|-------------------------------------|----|

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO | 10 |
| 2. REFERENCIAL TEÓRICO | 11 |
| 2.1.LÓGICA DOMINANTE DO SERVIÇO | 11 |
| 2.2.VALOR EM SERVIÇO | 12 |
| 2.2.1. VALOR EMOCIONAL..... | 13 |
| 3. METODOLOGIA | 14 |
| 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES | 15 |
| 4.1.PERFIL DOS USUÁRIOS | 16 |
| 4.2.PRINCIPAIS SERVIÇOS UTILIZADOS PELOS USUÁRIOS..... | 17 |
| 4.3.EXPERIÊNCIAS E DESAFIOS DOS USUÁRIOS DOS SERVIÇOS PÚBLICOS | 18 |
| 4.4.AVALIAÇÃO FINAL DOS SERVIÇOS PÚBLICOS DE VISTA SERRANA-PB A PARTIR DA LENTE DOS USUÁRIOS..... | 19 |
| 4.5.IMPLICAÇÕES PRATICAS..... | 21 |
| 5. CONCLUSÃO | 21 |
| REFERÊNCIAS | 23 |

O VALOR PERCEBIDO PELO USUÁRIO DO SERVIÇO PÚBLICO EM VISTA SERRANA-PB

THE VALUE PERCEIVED BY PUBLIC SERVICE USERS IN VISTA SERRANA-PB

Cadmo Monteiro Garcia¹

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo de analisar o atendimento público na perspectiva do usuário, a pesquisa adotou uma abordagem qualitativa. Utilizando um roteiro com 23 perguntas, a pesquisa buscou compreender tanto aspectos objetivos quanto subjetivos da experiência do usuário. A coleta de dados contou com a participação de 11 usuários dos serviços públicos em Vista Serrana-PB. Os resultados revelaram desafios no atendimento público, incluindo burocracia, falta de empatia e ineficiência. Recomendações para melhorar a percepção de valor incluem a simplificação de procedimentos, investimentos na capacitação de funcionários e o uso da tecnologia para aprimorar a eficiência e acessibilidade dos serviços. As conclusões ressaltam a importância da relação entre cidadãos e instituições governamentais para fortalecer a democracia e a satisfação da população. Destaca-se a necessidade de abordar desafios identificados no atendimento público e reconhecer experiências positivas que demonstram o comprometimento de funcionários públicos em meio a recursos limitados.

Palavras-Chave: Serviço público. Atendimento ao público. Avaliação dos usuários.

ABSTRACT

The aim of this study was to analyze public service from the user's perspective, taking a qualitative approach. Using a 23-question script, the research sought to understand both objective and subjective aspects of the user experience. Data was collected from 11 users of public services in Vista Serrana-PB. The results revealed challenges in public service, including bureaucracy, lack of empathy and inefficiency. Recommendations for improving the perception of value include simplifying procedures, investing in employee training and using technology to improve the efficiency and accessibility of services. The conclusions highlight the importance of the relationship between citizens and government institutions to strengthen democracy and public satisfaction. It highlights the need to address challenges identified in public service and to recognize positive experiences that demonstrate the commitment of public servants in the midst of limited resources.

Keywords: public servisse. Customer servisse. User evaluation.

1. INTRODUÇÃO

O setor público desempenha um papel fundamental na vida das pessoas, fornecendo serviços essenciais como saúde, educação, segurança e assistência social. No entanto, é comum encontrar relatos de experiências negativas no atendimento ao público, caracterizadas por demoras, burocracia excessiva, falta de empatia e eficiência. Esses problemas podem gerar frustração, insatisfação e até mesmo desconfiança por parte dos cidadãos em relação às instituições governamentais.

Segundo Crantschaninov (2019), o setor público compreende a administração pública responsável por criar regras e procedimentos abrangentes para o desenvolvimento do Estado, em nível federal, estadual ou municipal. Ou seja, a divisão do setor público estabelece as regras e procedimentos para o desenvolvimento do Estado, enquanto o atendimento ao público é a atividade que permite a comunicação direta entre os cidadãos e os prestadores de serviço público sendo uma das suas principais atribuições. O processo de atendimento ao público pode estabelecer um vínculo entre o prestador de serviço e seu cliente, impactando nas escolhas finais e nos desfechos previstos (Santos, 2021).

Alguns indicadores críticos que evidenciam problemas na qualidade do serviço de atendimento podem ser observados por meio de condições físicas e ambientais do local, tais como: espaços inadequados, ruído excessivo e iluminação inadequada; tempo de espera prolongado para o atendimento; reclamações dos usuários e erros cometidos; e questões estruturais, como materiais, mobiliário e disponibilidade de equipamentos (FERREIRA, 2000). Esses indicadores destacam aspectos relevantes que podem afetar negativamente a percepção dos clientes em relação à qualidade do atendimento.

O valor emocional no serviço público se concentra na importância de estabelecer conexões emocionais positivas com os cidadãos através de um atendimento humano, empático e respeitoso. Isso não apenas visa aumentar a satisfação do usuário, mas também construir confiança duradoura nos serviços públicos. As emoções desempenham um papel essencial em nossa motivação diária, influenciando nossa adaptação e bem-estar. Enquanto emoções positivas nos direcionam para situações favoráveis, as negativas podem afetar negativamente nossa perspectiva diante das situações cotidianas. Considerar as emoções ao fornecer valor e satisfação aos clientes é crucial no contexto organizacional. Buscar a excelência total implica em atender às expectativas dos clientes, sendo fundamental a melhoria contínua para alcançar índices mais elevados de aprovação nos serviços públicos.

A problemática central que motiva este estudo é a constatação de que muitas vezes o atendimento no setor público é marcado pela falta de empatia, cordialidade e sensibilidade emocional, resultando em experiências negativas para os usuários e na desvalorização dos serviços oferecidos, como é observado nos trabalhos de Daniel Goleman (1995) e Richard Sennett (1977). Nesse sentido, é essencial investigar e buscar a resposta para a seguinte questão: como o usuário do serviço público de Vista Serrana-PB, percebe a perspectiva de valor no atendimento?

Considerando a falta de empatia, cordialidade e sensibilidade emocional como fatores que contribuem para experiências negativas dos usuários e a desvalorização dos serviços, o estudo busca identificar áreas de melhoria e propor medidas que promovam um atendimento mais positivo e satisfatório para os usuários do setor público. Desse modo, o objetivo geral deste estudo é analisar como os usuários do serviço público de Vista Serrana-PB, percebe o valor no atendimento.

Com o intuito de atingir o objetivo geral, foram definidos os seguintes objetivos específicos: descrever como é o atendimento dos serviços públicos na percepção do usuário; analisar como o setor público está oferecendo valor no atendimento; discutir a perspectiva de valor dos usuários em confronto com o que é prometido pelo setor público. A perspectiva de valor será o conceito principal a ser explorado.

A realização deste trabalho se justifica pela relevância e atualidade do tema da projeção de valor no atendimento do setor público. O setor público desempenha um papel fundamental na sociedade, sendo responsável por fornecer serviços essenciais e atender às necessidades dos cidadãos. No entanto, é comum encontrar relatos de experiências negativas no atendimento, o que pode gerar insatisfação, desconfiança e até mesmo afetar a relação entre o cidadão e o Estado. Analisar a perspectiva de valor no atendimento do setor público é fundamental para buscar soluções que melhorem a qualidade do atendimento. Ademais, a pesquisa sobre valor no atendimento do setor público preenche uma lacuna de conhecimento, uma vez que existem poucos estudos aprofundados nessa área específica. Contribuir para o avanço do conhecimento acadêmico e científico sobre esse tema pode fornecer subsídios para aprimorar as práticas de atendimento no setor público e fortalecer a relação entre o Estado e os cidadãos.

O trabalho está estruturado seguindo uma sequência lógica que permite a compreensão do tema. No referencial teórico, foram abordadas a lógica dominante do serviço e a perspectiva de valor, incluindo seus elementos emocionais. A metodologia detalha a abordagem qualitativa adotada, destacando o uso de um roteiro de perguntas abertas para analisar a perspectiva de valor no atendimento do serviço público de Vista Serrana, na Paraíba. A explicação detalhada sobre a composição do roteiro e sua aplicação fornece clareza sobre a coleta de dados. A seção de resultados e discussões apresenta uma divisão clara, começando com o perfil dos usuários e, em seguida, explorando serviços utilizados, experiências e desafios enfrentados pelos usuários, culminando em uma avaliação final dos serviços públicos. Finalmente, a seção de conclusão é apresentada como o desfecho natural do estudo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 LÓGICA DOMINANTE DO SERVIÇO

A abordagem da lógica dominante do serviço prioriza o cliente, buscando compreender suas necessidades e desejos para oferecer soluções efetivas. Ela enfatiza a cocriação de valor, envolvendo tanto os clientes quanto os provedores de serviços nesse processo. Ao adotar essa abordagem, as organizações podem focar em fornecer experiências únicas e memoráveis, construindo relacionamentos duradouros com os clientes e obtendo vantagem competitiva no mercado de serviços.

A Lógica Dominante do Serviço (LDS), conhecida como Service-Dominant Logic (S-D Logic) em inglês, foi introduzida em 2004 por Vargo e Lusch. Essa abordagem inovadora propõe uma visão de marketing que difere da tradicional, argumentando que os bens produzidos pelas empresas não são valiosos apenas pela sua compra, mas sim porque oferecem serviços que atendem às necessidades dos consumidores e geram valor na relação de troca. Segundo os próprios autores, a LDS destaca que os bens geram proposições de valor aos usuários, que, ao utilizá-los, recebem algum tipo de serviço que

satisfaz suas necessidades e, assim, proporciona os benefícios desejados. (Vargo e Lusch, 2004)

Vargo e Lusch (2004) argumentam que os serviços não devem ser limitados a um papel complementar aos bens de consumo ou restritos a setores específicos, como saúde, governo e educação. Eles propõem uma perspectiva ampliada em que os serviços são considerados a base fundamental da economia, abrangendo uma variedade de atividades e setores. Segundo os autores, a lógica dominante do serviço enfatiza que os serviços são a essência da troca de valor, e os bens são resultados da cocriação de valor por meio da aplicação de conhecimento e recursos.

De acordo com Viljakainen e Toivonen (2014), o valor dos bens e serviços não é avaliado de forma isolada, mas de maneira holística, considerando as interações diretas e indiretas entre fornecedores e consumidores. Essa visão reconhece que o valor é co-criado por meio da interação entre consumidores e empresas.

Para alcançar o sucesso em um negócio, Bendapudi e Leone (2001, p.107) afirmam que é essencial que a empresa desenvolva de forma ativa, contínua e consistente uma "imagem de qualidade" com o objetivo de gerar valor. O valor é afetado pela percepção geral da qualidade do serviço e tem um impacto significativo na satisfação do consumidor (Bendapudi; Leone, 2003, p.17).

Best (2009) enfatiza a importância de as empresas ampliarem sua perspectiva além dos produtos e preços, reconhecendo a experiência de compra como um todo. O autor destaca a introdução oportuna do conceito de colaboração em massa. De acordo com Best, os clientes (prosumers, parceiros, fornecedores e funcionários) devem ser incluídos no processo de criação de valor para o cliente, o que conseqüentemente resulta na criação de valor para a própria empresa.

2.2 VALOR EM SERVIÇO

No âmbito do serviço público, o valor em serviço refere-se à habilidade do governo ou das entidades públicas de satisfazer as demandas dos cidadãos, alcançar resultados eficazes, promover a justiça e gerar benefícios que abranjam toda a sociedade.

Na conceituação de Woodruff (1997, p. 142), que afirma que “valor para o cliente é a preferência e avaliação de um cliente relativas a atributos de produto, desempenho desses atributos e conseqüências advindas do uso que facilitam (ou dificultam), para esse cliente, a tarefa de atingir seus objetivos e propósitos em situações de uso”. É importante destacar que a experiência gera valor e que os clientes compram resultados e não produto ou serviço.

O valor pode ser definido como quanto vale uma ação ou um objeto específico em relação às necessidades de um indivíduo ou à organização em determinado momento, menos os custos envolvidos na obtenção desses benefícios. “Se o cliente achar que pagou mais do que esperava ou recebeu menos benefícios do que previa, ou que recebeu um mau tratamento durante a entrega do serviço, o valor recebido diminuirá” (LOVELOCK; WIRTZ, 2006, p. 21). Já para Zeithaml (1998), percepção de valor é centralizada na diferença nas expectativas dos consumidores e desempenho organizacional.

Quando se avalia a qualidade na prestação de um serviço, o valor desse serviço está diretamente relacionado à qualidade percebida, levando em consideração a satisfação

ou insatisfação do consumidor. De acordo com Kotler (1998, p. 65), a qualidade é a combinação de aspectos e características de um produto ou serviço que satisfazem as necessidades explícitas e implícitas. Almeida (2001) identificou sete comportamentos, conhecidos como "pecados", que têm o potencial de gerar insatisfação e reduzir a qualidade do atendimento ao cliente.

Segundo o próprio autor, esses "pecados" incluem a apatia, caracterizada pela falta de interesse e engajamento por parte dos funcionários em relação aos problemas e necessidades dos clientes. Além da apatia, a má vontade é outra questão presente no atendimento público. Isso ocorre quando os funcionários demonstram falta de disposição em resolver os problemas ou atender às solicitações dos clientes. Essa falta de disposição é percebida pelo cliente, o que resulta em uma experiência negativa e frustrante. Segundo Almeida (2001) a frieza é outro comportamento que afeta negativamente o atendimento público. Nesse caso, os funcionários se mostram distantes e demonstram falta de empatia em sua abordagem com os clientes. A falta de cordialidade e acolhimento pode deixar os usuários desvalorizados e desrespeitados. O desdém é uma atitude na qual os funcionários tratam os clientes com superioridade, adotando uma postura condescendente e subestimando o conhecimento e as necessidades do cliente. Essa forma de tratamento deixa os usuários com uma percepção negativa do atendimento e contribui para a desvalorização dos serviços públicos.

Para Almeida (2001), o robotismo é caracterizado pelo comportamento repetitivo dos funcionários, agindo de forma mecânica e distante, sem demonstrar interesse genuíno pelo cliente. Quando os usuários são tratados de forma impessoal, sentem-se desprezados e desvalorizados no atendimento. Além disso, o apego excessivo às normas também é uma questão relevante. Quando os funcionários se tornam inflexíveis e priorizam o cumprimento rigoroso das normas, mesmo que isso prejudique a experiência do cliente, isso gera insatisfação. Os usuários esperam flexibilidade e soluções adequadas, e a rigidez excessiva pode resultar em uma percepção negativa dos serviços públicos. Por fim, o jogo de responsabilidades é um comportamento em que os funcionários transferem a responsabilidade de resolver os problemas do cliente de um setor para outro, sem realmente solucionar a questão. Essa falta de solução adequada e a transferência constante de responsabilidades geram frustração e insatisfação nos usuários.

2.2.1 VALOR EMOCIONAL

O valor emocional no contexto do serviço público diz respeito à significância de estabelecer vínculos emocionais positivos com os cidadãos, por meio de um atendimento humanizado, empático e respeitoso. Isso tem o potencial de gerar maior satisfação e confiança por parte dos usuários em relação aos serviços públicos.

De acordo com Vasco (2013), as emoções têm o papel de criar motivação em relação às situações diárias, visando facilitar nossa sobrevivência, promover nossa adaptabilidade e melhorar nosso bem-estar. Nesse sentido, as emoções podem ser classificadas como positivas ou negativas. Enquanto as emoções positivas nos ajudam a perceber melhor nossas aspirações e nos orientam em direção a contextos mais favoráveis para nosso desempenho pessoal e profissional, as emoções negativas tendem a nos deixar desanimados e pessimistas diante das situações do cotidiano (CESAR, 2004).

Conforme Pin e Trocoli (2015), as organizações devem se esforçar para fornecer valor e satisfação aos clientes. Para isso, é importante considerar as necessidades, desejos e atitudes das pessoas, levando em conta suas emoções, já que isso pode influenciar a percepção de satisfação em relação ao produto. De acordo com Sheth, Newman e Gross (1991), o valor emocional é caracterizado como a capacidade de evocar sentimentos ou estados afetivos.

Garantir a satisfação e lealdade dos clientes requer a busca por serviços de excelência. A percepção de qualidade do serviço pelos clientes é afetada tanto pela definição dos serviços quanto pelas expectativas dos usuários. É fundamental oferecer um alto padrão de serviços para atender às demandas e superar as expectativas dos clientes e usuários.

Conforme Kotler (2000), a excelência total é fundamental para gerar valor e atender às expectativas dos clientes. Em uma pesquisa conduzida por Rosendo (2016), sobre a qualidade do atendimento nas Unidades Básicas de Saúde (UBS), especificamente no estudo de caso da UBS de Santa Luzia do Cariri - PB, constatou-se que aproximadamente 60% dos participantes avaliaram o atendimento como excelente ou bom. No entanto, cerca de 40% dos entrevistados manifestaram uma percepção regular ou insatisfatória, indicando a existência de deficiências que necessitam de melhorias para alcançar um índice de aprovação mais elevado.

Um atendimento de qualidade e eficiente tem o potencial de aumentar a satisfação dos usuários dos serviços públicos, atendendo às suas expectativas, compreendendo suas necessidades e gerando credibilidade nas instituições responsáveis e isso é fundamental para atender, manter e fortalecer as expectativas dos usuários (FERNANDES et al., 2021).

3. METODOLOGIA

No contexto do setor público, é fundamental compreender como os usuários enxergam o valor dos serviços recebidos. A dimensão de valor influencia a avaliação dos usuários sobre a qualidade e a satisfação com os serviços públicos oferecidos.

Para realizar essa pesquisa, foi adotada uma abordagem qualitativa para analisar a perspectiva de valor no atendimento do serviço público de Vista Serrana, na Paraíba.

A pesquisa qualitativa ressalta os aspectos dinâmicos, holísticos e individuais da experiência humana com o intuito de obter uma compreensão abrangente no contexto dos participantes que experimentam o fenômeno (POLIT, BECKER E HUNGLER, 2004, p. 201). Segundo Minayo (2001), a pesquisa qualitativa concentra-se no âmbito dos sentidos, motivações, desejos, convicções, valores e posturas, representando um espaço mais profundo das interações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser simplificados pela quantificação de variáveis.

Para alcançar os propósitos traçados, foi utilizado um roteiro com perguntas abertas tratando da análise de valor feita pelos usuários com os serviços que eles utilizam, assim como compreendeu questões voltadas a entender as suas características demográficas. Essa abordagem permitiu uma compreensão mais completa e aprofundada do fenômeno estudado, explorando tanto os aspectos objetivos quanto subjetivos da dimensão de valor.

O roteiro utilizado nesta análise foi desenvolvido para atender aos propósitos gerais e específicos do estudo. Foi composto por um conjunto de 23 perguntas, estruturado para coletar informações essenciais sobre a avaliação de valor no atendimento do setor público em Vista Serrana-PB.

Segundo dados do (IBGE, 2022), Vista Serrana é uma pequena cidade localizada no sertão da Paraíba e conta com uma população de 3,641 habitantes, com um PIB per capita de R\$ 9.606,83.

O roteiro foi separado em duas partes claramente definidas. A primeira parte consistiu em um conjunto de cinco perguntas sobre questões pessoais, cujo propósito era obter informações demográficas dos participantes. Tais perguntas abrangeram detalhes como idade, sexo, estado civil, nível de educação e renda familiar. Esses dados possibilitaram a identificação dos participantes sem expor suas informações pessoais.

A segunda parte do questionário foi composta por 18 perguntas que exploravam como as pessoas percebiam o valor ofertado nos serviços públicos na cidade. O objetivo era entender a experiência dos usuários. Essas perguntas foram feitas de forma a se encaixarem nos objetivos da pesquisa, garantindo que os dados fossem úteis na análise posterior. Entre 16/10/2023 e 30/10/2023, o roteiro foi respondido por 11 usuários dos serviços públicos de Vista Serrana-PB. Nesta caso, houve saturação dos dados e a coleta necessária de informações para abordar o objetivo da pesquisa. A seleção buscou incluir pessoas de ambos os sexos e entre 18 e 60 anos. Essa abordagem permitiu capturar percepções tanto de um grupo mais jovem quanto de uma faixa etária intermediária, abrangendo múltiplas perspectivas. Embora a amostra seja pequena, ela oferece insights valiosos ao investigar um segmento específico dessa população. Essas entrevistas permitiram explorar narrativas pessoais, sentimentos e percepções relacionadas ao atendimento no setor público.

Os dados coletados neste estudo foram analisados utilizando o método de análise de conteúdo desenvolvido por Bardin (2012). Esse método oferece uma abordagem sistemática para interpretar informações qualitativas, como as obtidas nas entrevistas realizadas. Inicialmente, a análise envolveu a leitura e familiarização com o material coletado, seguida pela identificação de unidades de significado relevantes. Em seguida, foram estabelecidas categorias que representavam os temas e tópicos emergentes das respostas dos entrevistados. As citações diretas dos entrevistados foram incorporadas para ilustrar e fundamentar as conclusões. Esse método proporcionou uma estrutura organizada e sistemática para compreender e interpretar as percepções e experiências dos usuários em relação aos serviços públicos de Vista Serrana.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados foram organizados de forma sequencial e abrangente. Inicialmente, apresentou-se o perfil demográfico dos usuários, seguido pela análise dos principais serviços públicos utilizados. Em seguida, foram abordadas as experiências e desafios dos usuários, revelando aspectos positivos e desafios enfrentados, como limitações no atendimento. Por fim, a avaliação final dos serviços públicos foi explorada, examinando as emoções dos usuários e sua disposição para continuar utilizando os serviços. Essa estrutura permitiu uma compreensão completa da percepção dos cidadãos em relação aos serviços de atendimento nos públicos em Vista Serrana.

4.1 PERFIL DOS USUÁRIOS

No âmbito da pesquisa acadêmica dedicada à compreensão da dimensão de valor no atendimento do setor público, este estudo concentra-se em analisar as experiências e expectativas dos cidadãos da cidade de Vista Serrana, localizada no estado da Paraíba. A coleta de dados foi realizada visando enriquecer o conhecimento sobre a avaliação dos serviços públicos na comunidade local.

O quadro a seguir apresenta informações detalhadas dos entrevistados, os quais foram selecionados para garantir representatividade em diversos aspectos, como sexo, faixa etária, estado civil, nível de educação e renda familiar mensal. Essa abordagem visa capturar uma panorâmica abrangente das perspectivas e opiniões dos cidadãos em relação aos serviços prestados pelo setor público em Vista Serrana.

Quadro 1 – Informações dos entrevistados.

| Entrevistados | Sexo | Idade | Estado civil | Nível de educação | Renda familiar mensal |
|---------------|------|-------|--------------|-------------------------------|-----------------------|
| P1 | M | 18-24 | Solteiro | Ensino Médio Completo | 600-1.000 |
| P2 | F | 25-44 | Casado | Ensino fundamental incompleto | 1.000-2.500 |
| P3 | M | 18-24 | Solteiro | Graduação | 1.000-2.500 |
| P4 | F | 18-24 | Solteiro | Ensino médio completo | 1.000-2.500 |
| P5 | M | 35-44 | Casado | Ensino médio completo | 1.000-2.500 |
| P6 | F | 18-24 | Solteiro | Ensino médio completo | 1.000-2.500 |
| P7 | M | 18-24 | Solteiro | Ensino médio completo | Mais de 10.000 |
| P8 | M | 34-45 | Casado | Ensino médio incompleto | 1.000-2.500 |
| P9 | M | 35-44 | Casado | Ensino fundamental incompleto | 5.200-10.000 |
| P10 | M | 18-24 | Solteiro | Ensino médio completo | 1.000-2.500 |
| P11 | M | 25-34 | Solteiro | Graduação | 2.640-5.000 |

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Diante da exposição das características demográficas, fica clara a diversidade dos entrevistados em relação a condições sociais e econômicas. A partir dessa construção, foram analisados os principais serviços públicos utilizados pelos os usuários, afim de entender diante de uma vasta seleção de serviços disponibilizados pelos órgãos governamentais quais os mais acessados.

4.2 PRINCIPAIS SERVIÇOS UTILIZADOS PELOS USUÁRIOS

Os serviços públicos desempenham um papel fundamental na promoção da igualdade, no acesso a oportunidades e na construção de uma sociedade justa. Eles atendem às necessidades básicas dos cidadãos, proporcionam assistência e infraestrutura, sustentando o desenvolvimento econômico e social de uma nação.

Como cita Crantschaninov (2019), o setor público engloba a esfera da administração governamental encarregada de estabelecer diretrizes e regulamentos abrangentes para a gestão do Estado, seja em âmbito federal, estadual ou municipal. Nessa pesquisa realizada na cidade de Vista Serrana, investigamos os principais serviços públicos utilizados pelos entrevistados. Os resultados revelaram que o serviço de saúde foi consistentemente apontado como o serviço público mais utilizado pelos participantes.

A acessibilidade e qualidade dos serviços de saúde pública emergiram como áreas de preocupação comuns entre os entrevistados. Além disso, o serviço de transporte público, esportes e assistência social foi citado nas entrevistas. No presente tópico ficou decidido explorar quais serviços públicos são mais utilizados pelos usuários de Vista Serrana e os trechos abaixo retirados das entrevistas mostram as afirmações dos entrevistados.

“O serviço público que mais utilizo regularmente é o serviço de saúde. As consultas médicas de rotina, check-ups e atendimentos médicos em caso de necessidade são frequentes na minha vida e na da minha família.”
(ENTREVISTADO 7)

“O serviço público que mais utilizo regularmente é o serviço de transporte. As viagens que tenho que realizar para outras cidades como Patos ou João Pessoa e ter acesso a esse serviço facilita muito minha vida.”
(ENTREVISTADO 4)

“área Esportiva. O Ginásio Poliesportivo municipal da cidade” (ENTREVISTADO 1)

Após a análise das respostas, dos 11 entrevistados 8 fazem o uso mais frequente dos serviços de saúde, 1 usuário utiliza o serviço de esporte e 2 usuários o serviço de transporte. Ficou evidente que o serviço público de saúde é o mais utilizado pelos entrevistados. Esse resultado destaca a importância e a relevância do sistema de saúde governamental na vida das pessoas, revelando a preferência da maioria dos entrevistados por esse serviço em relação a outras opções disponíveis.

Em última análise, a preferência pela utilização do serviço público de saúde não apenas aponta para a importância desse sistema na vida das pessoas, mas também ressalta a relevância de contínuos esforços na melhoria e fortalecimento do sistema de saúde governamental para atender de maneira abrangente e eficaz às necessidades da sociedade.

4.3 EXPERIÊNCIAS E DESAFIOS DOS USUÁRIOS DOS SERVIÇOS PÚBLICOS

Os desafios enfrentados pelos usuários dos serviços públicos são fundamentais para compreender suas experiências como beneficiários desses serviços. As experiências dos usuários refletem a qualidade, a eficiência e a acessibilidade dos serviços públicos, e identificar e abordar esses desafios é essencial para a melhoria contínua desses serviços, garantindo que atendam às necessidades e expectativas dos cidadãos.

Kotler (2000) destaca que a excelência total é crucial para atender às expectativas dos clientes e criar valor. Portanto, analisar quais são os desafios dos usuários é fundamental para entendermos qual a percepção de valor e destacar as suas experiências como desfrutador do serviço. Nesse tópico será abordado quais os desafios e experiências dos usuários dos serviços públicos de Vista Serrana. Os trechos abaixo retirados das amostras coletadas por meio das entrevistas mostram e apontam a problemática desse tópico.

“Os desafios que a gente mais enfrenta aqui no serviço público é a falta de vagas disponíveis por dia no atendimento, geralmente o médico vem uma ou duas vezes na semana e quando ele vem só quer atender no máximo 15 a 16 pessoas. Essa limitação no atendimento faz com que eu tenha que chegar antes do posto abrir para guarda a vaga e com isso o dia pode ser estressante.” (ENTREVISTADO 2)

“Os principais desafios ou pontos negativos que identificam aqui são a falta de profissionais competentes e a falta de atendimento ao público porque é muito reduzido.” (ENTREVISTADO 3)

“Com relação ao meu atendimento, eu achei péssimo porque não consegui ser atendido, passei basicamente uma semana para conseguir uma consulta com um médico por uma questão de problema de saúde conjuntivite, porém, o atendimento não é ótimo. Mas também não é totalmente péssimo. Então poderia dizer que seria um atendimento razoável na verdade.” (ENTREVISTADO 3)

“Às vezes é difícil entrar em contato com os responsáveis pelo serviço, a gente tem que ir na prefeitura marcar o dia que vai precisar de carro e muitas vezes eu tenho que dividir a viagem com gente que eu não gosto.” (ENTREVISTADO 8)

Santos (2021) destaca que o atendimento ao público pode influenciar as escolhas e resultados finais. Com isso, analisando os trechos coletados podemos identificar que de acordo com os serviços utilizados temos diferentes percepções de valores e diferentes experiência de acordo com os entrevistados. Ao se fazer uso do serviço, alguns participantes destacaram desafios como vagas limitadas para atendimento no posto de saúde, falta de profissionais competentes e a falta de atendimento ao público porque é

muito reduzido, demora no atendimento e a dificuldade em entrar em contato por telefone com a administração do setor de transportes foram os desafios mais citados.

Por outro lado, alguns dos entrevistados dizem não ter nenhum ponto negativo ou até mesmo se deparar com algum ponto negativo no serviço público de Vista Serrana. Com relação às experiências, como cita Ferreira (2000), indicadores críticos de problemas na qualidade do atendimento incluem condições físicas inadequadas, longos tempos de espera, reclamações de usuários e questões estruturais. A partir dessa reflexão do autor podemos identificar nas entrevistas as experiências que os usuários tiveram ao utilizar tais serviços. A maioria dos relatos apontam uma boa eficiência no atendimento, como simpatia por parte dos médicos e recepcionistas e rapidez no atendimento.

Por outro lado, alguns dos entrevistados relataram uma péssima experiência, como se deslocar até o posto de saúde e o médico não se encontrar, demora para marcar uma consulta no posto médico e dificuldade em entrar em contato com o gestor do serviço. Portanto, em decorrência de que as experiências contam de forma individual, consta diferentes tipos de realidades de desafios e suas experiências vivenciadas.

4.4 AVALIAÇÃO FINAL DOS SERVIÇOS PÚBLICOS DE VISTA SERRANA-PB A PARTIR DA LENTE DOS USUÁRIOS

A avaliação de valor no serviço público é um elemento fundamental para a eficácia e a legitimidade das instituições governamentais. Os cidadãos avaliam a qualidade e a utilidade dos serviços públicos com base em sua experiência pessoal, expectativas e necessidades. Quando os órgãos públicos conseguem oferecer serviços eficientes, acessíveis e que atendam às demandas da sociedade, os cidadãos percebem um alto valor em suas interações com o governo. Isso não apenas fortalece a confiança na administração pública, mas também promove uma participação cívica mais ativa e uma sensação de bem-estar na comunidade. Portanto, a gestão de valor no serviço público deve ser uma prioridade, visando atender às expectativas dos cidadãos e melhorar continuamente a entrega de serviços de qualidade.

Os sentimentos desempenham um papel crucial na interação entre usuários e serviços públicos, influenciando diretamente a satisfação e confiança nas instituições governamentais. As emoções individuais, como frustrações e expectativas, juntamente com a empatia e humanização no atendimento, são essenciais para criar vínculos positivos. A abordagem das questões emocionais requer compreensão profunda das necessidades pessoais e consideração de fatores gerais que impactam a experiência coletiva. Atender a aspectos emocionais é fundamental para construir uma relação sólida e eficaz entre a administração pública e a comunidade atendida.

De acordo com Vargo e Lusch, a lógica predominante nos serviços destaca que os serviços são o aspecto central das trocas de valor, com os produtos resultando da co-criação de valor, envolvendo conhecimento e recursos. A "lógica do serviço" sugere que os serviços são a parte mais essencial e valiosa de qualquer transação. Os bens ou serviços não são apenas coisas que compramos ou utilizamos, mas sim resultados da co-criação de valor, onde tanto o prestador quanto o domador contribuem com conhecimento e recursos para criar algo valioso.

O setor público é essencial na prestação de serviços fundamentais, mas as experiências negativas, como atrasos, burocracia, falta de empatia e ineficiência podem minar a confiança dos cidadãos nas instituições governamentais. Por outro lado, muitos cidadãos também têm compartilhado histórias de interações positivas com o serviço público. Experiências que envolvem funcionários públicos comprometidos em fornecer

assistência atenciosa ou até mesmo um atendimento rápido e sem burocracia, essas experiências positivas ressaltam a importância do setor público na construção de uma sociedade melhor e mais justa.

Neste tópico será abordada a percepção geral dos usuários em relação as emoções ao utilizar os serviços públicos de Vista Serrana, ao ponto de entendermos como se sentiram por meio de suas experiências vivenciadas. Os trechos abaixo retirados das entrevistas mostram a percepção geral dos usuários em relação aos serviços utilizados. No roteiro utilizado, foram questionados quais os tipos de emoções eles sentiram ao utilizar o serviço e se existe a percepção que sentimentos como raiva e estresse são comuns ou somente emoções positivas. Foi questionado também que se caso eles passassem por uma experiência negativa eles retornariam a utilizar o serviço. Algumas das respostas são destacadas a seguir:

“Eu senti revolta, meu problema era simples de resolver e acabou gerando uma grande frustração e revolta em não ter sido atendido. Fiquei com muita raiva.” “... Eu posso dizer que sim, porque as últimas vezes que eu tentei atendimento eu particularmente não consegui... Isso acabou me deixando extremamente estressado!” (ENTREVISTADO 3)

“Tranquilidade e satisfação em saber que os serviços estão sendo disponibilizados com responsabilidade.” “...Caso eu tivesse uma experiência negativa, eu não voltaria a usar esse serviço. Pelo fato do constrangimento, raiva e outros pontos acabaria que me levaria a utilizar outros meios que não fosse aquele. (ENTREVISTADO 4)

“Eu acho que estresse, raiva mais estresse porque o estresse ele tá ligado também à ansiedade, mas em questão de estresse ele geralmente é no meu caso foi gerado por conta da demora.” “...Eu não usaria novamente o serviço.” (ENTREVISTADO 6)

“No geral, a experiência tem sido positiva. Um dos aspectos que merece destaque é a comunicação, que tem se mostrado eficaz e satisfatória...” “... Satisfação.” “... Não, apenas em um episódio isolado, no qual um funcionário da saúde negou atendimento e tive que me deslocar para a cidade vizinha.” ... Não! (ENTREVISTADO 10)

“Eu gosto, porque o pessoal me atende bem e quase sempre eu consigo fazer as viagens que preciso.” “... Satisfação e estresse.” “... Às vezes são, porque tem gente folgada envolvida nessas viagens.” experiências negativas quando se trata de lidar com pessoas mal educadas e incompreensíveis.” “... Sim, porque eu preciso do serviço.” (ENTREVISTADO 8)

“Tensão e alívio.” “...Estresse sim, já que são ambientes com muitas pessoas para serem atendidas e isso pode causar um atraso ou demora na solução do seu problema e

causar esse tipo de sentimento.” “...Sim, já que muitas vezes são serviços essenciais.” (ENTREVISTADO 11)

Com base nos dados coletados nas entrevistas, é possível observar uma variedade de emoções experimentadas pelos usuários ao utilizar os serviços públicos em Vista Serrana. Alguns entrevistados expressaram sentimentos negativos, como raiva e estresse, devido a experiências de atendimento insatisfatório e demoras nos procedimentos. Eles destacaram a frustração decorrente da dificuldade de acessar serviços essenciais, o que causou impactos emocionais negativos.

Por outro lado, houve entrevistados que relataram sentimentos positivos, como tranquilidade e satisfação, principalmente relacionados à disponibilidade e à qualidade dos serviços. Eles mencionaram que, quando puderam contar com o apoio adequado e respostas eficientes, experimentaram emoções gratificantes.

É evidente que a percepção das emoções dos usuários em relação aos serviços públicos de Vista Serrana varia de acordo com suas experiências individuais. A disponibilidade de atendimento adequado, a eficiência na comunicação e a resolução rápida de problemas desempenham papéis cruciais na determinação das emoções dos usuários. Além disso, a decisão de continuar a utilizar esses serviços está intimamente ligada às experiências passadas. Aqueles que tiveram experiências negativas expressaram sua hesitação em retornar aos mesmos serviços, enquanto aqueles que tiveram experiências positivas tendem a demonstrar maior disposição para continuar utilizando-os.

Portanto, a qualidade dos serviços públicos, juntamente com a eficiência na gestão de emoções dos usuários, desempenha um papel fundamental na construção de uma percepção positiva e na fidelização dos usuários a esses serviços em Vista Serrana.

4.5 IMPLICAÇÕES PRÁTICAS

Diante dos eventos mencionados e sobre os desafios encontrados, para abordar melhorias nos serviços públicos em Vista Serrana, é sugerida a implementação de medidas práticas. Investimentos na capacitação e aumento de pessoal, aliados a tecnologias inovadoras, podem fortalecer a eficiência operacional e a qualidade dos serviços oferecidos. A criação de canais eficazes de comunicação entre a administração pública e a comunidade, como plataformas online e sessões de consulta pública, pode garantir uma participação mais ativa dos cidadãos na tomada de decisões e na avaliação contínua dos serviços prestados. Essas ações, quando implementadas de forma integrada, têm o potencial de aprimorar significativamente a eficácia e a satisfação geral dos usuários dos serviços públicos em Vista Serrana.

5. CONCLUSÃO

As considerações finais deste estudo sobre a avaliação de valor no atendimento do setor público em Vista Serrana, Paraíba, apontam para várias conclusões importantes. Em primeiro lugar, fica claro que a relação entre cidadãos e instituições governamentais desempenha um papel crucial no fortalecimento da satisfação da população. A qualidade do atendimento público tem um impacto direto na confiança dos cidadãos nas instituições governamentais. Portanto, é imperativo abordar os desafios identificados no atendimento público, como a burocracia excessiva, a falta de empatia e a ineficiência.

Para melhorar a percepção de valor no atendimento público, é fundamental simplificar procedimentos, investir na capacitação de funcionários públicos e utilizar a

tecnologia para aprimorar a eficiência e a acessibilidade dos serviços. Além disso, a transparência e a comunicação eficaz desempenham um papel vital na construção da confiança dos cidadãos.

Por outro lado, é encorajador reconhecer as experiências positivas que ressaltam o comprometimento de funcionários públicos dedicados em Vista Serrana. Esses exemplos mostram que é possível oferecer serviços de alta qualidade e criar valor para os cidadãos, mesmo em um ambiente de recursos limitados.

Em resumo, a melhoria na avaliação de valor no atendimento do setor público é uma prioridade que beneficia tanto a administração pública quanto a comunidade de Vista Serrana. Ao abordar os desafios e promover as experiências positivas, é possível construir uma sociedade mais confiante, participativa e satisfeita, fortalecendo, assim, a qualidade de vida dos cidadãos e o funcionamento das instituições governamentais.

A pesquisa atualiza a literatura ao proporcionar uma visão específica da avaliação dos serviços públicos em Vista Serrana, acrescentando uma perspectiva local ao cenário. Suas conclusões apresentam um valor expressivo tanto para profissionais que procuram implementar aprimoramentos efetivos quanto para pesquisadores interessados em compreender os desafios e oportunidades nos serviços públicos de cidades de pequeno porte.

Este estudo, apesar de trazer contribuições valiosas para a compreensão da percepção dos serviços públicos em Vista Serrana, apresenta limitações. A limitação diz respeito aos desafios temporais enfrentados durante as entrevistas. Apesar da tentativa de estabelecer uma meta para a conclusão das entrevistas em uma data específica, houve atrasos devido a fatores como a disponibilidade dos entrevistados. Essa ocorrência resultou em um adiamento na fase de coleta de dados, embora não tenha impactado substancialmente o desenvolvimento do trabalho. Essas limitações ressaltam a importância de reconhecer a complexidade inerente à condução de pesquisas de campo e a necessidade de flexibilidade diante de imprevistos operacionais para garantir a robustez do estudo.

Outra limitação se diz respeito às promessas que o serviço público oferece e se condiz com a realidade. Ou seja, houve uma dificuldade de analisar este objetivo específico pelo fato de que para observar e estudar essa questão, precisa ser realizado um estudo mais específico e detalhado sobre esse ponto.

A presente pesquisa sugere várias áreas de pesquisas futuras. Uma linha possível é investigar a fundo os desafios específicos mencionados pelos usuários, como escassez de vagas para atendimento na saúde e falta de profissionais competentes, visando identificar causas e propor soluções. Outra área relevante seria examinar as discrepâncias nas experiências entre diferentes serviços públicos. Pesquisas longitudinais para avaliar o impacto de iniciativas de melhoria ao longo do tempo também são sugeridas. Por fim, outro estudo seria analisar o valor no atendimento em diferentes cidades de tamanhos demográficos diferentes e analisar quais as principais diferenças sendo que a demanda é maior e conseqüentemente as experiências dos usuários também podem ser.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Sergio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. Casa da qualidade, 2001.
- ATKINSON, Rita L. **Introdução à psicologia de Hilgard.** Artmed, 2002.
- BENDAPUDI, Neeli; LEONE, Robert P. Psychological implications of customer participation in co-production. **Journal of marketing**, v. 67, n. 1, p. 14-28, 2003.
- BENDAPUDI, Neeli; LEONE, Robert. How to Lose Your Star Performer Without Losing Customers, Too. **Harvard Business Review**, v. 79, n. 10, p. 104-110, 2001.
- BEST, Roger J. **Market-Based Management: Strategies for growing customer value and profitability.** Pearson, 2013.
- DU PIN, Shyrlei Guitério Calmon. Valor emocional: o cliente sempre tem razão?. **GV-EXECUTIVO**, v. 14, n. 1, p. 22-24, 2015.
- CESAR, Bel. **O livro das emoções: Reflexões inspiradas na psicologia do budismo tibetano.** Global Editora e Distribuidora Ltda, 2015.
- CRANTSCHANINOV, Tamara Ilinsky. **Introdução à gestão pública.** São Paulo: Senac São Paulo, 2019.
- DAVIS, M., & LANG, P. J. (2003). Emotion. In M. Gallagher & R. J. Nelson (Eds.), **Handbook of psychology** – volume 3: Biological psychology. New Jersey: John Wiley & Sons.
- EKMAN, P., & Cordaro, D. (2011). **What is meant by calling emotions basic.** **Emotion Review**, 3(4), 364–370.
- FERNANDES, Amanda LM; FERREIRA, Marcos; CALVOSA, Marcello Vinicius Doria. **A proposta de um framework para analisar o comportamento do cliente digital por meio do Business Model Canvas.** Revista de Casos e Consultoria, v. 12, n. 1, p. e26972-e26972, 2021.
- FERREIRA, M. C. **Serviço de atendimento ao público: O que é? Como analisá-lo? Esboço de uma Abordagem Teórico- Metodológica em Ergonomia.** Revista Multitemas.v.1, n. 1. Campo Grande, 2000.
- FRANÇA, Priscilla Silva et al. A qualidade do atendimento e suas influências no relacionamento com o cliente no setor de vestuários e acessórios. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 4, p. e32410414288-e32410414288, 2021.
- FRIJDA, N. H. (2008). **The psychologists' point of view.** In M. Lewis, J. M. Haviland-Jones, & L. F. Barrett (Eds.), *Handbook of emotions* (pp. 68-87). New York: Guilford.

- DA SILVA, Diego; DOS SANTOS, Márcia Terezinha Guedes. GAZZANIGA, MS; HEATHERTON, TF Memória. In. GAZZANIGA, MS; HEATHERTON, TF *Ciência Psicológica: Mente, Cérebro e Comportamento*. Porto Alegre: Artmed, 2005. **Faculdade Sant'Ana em Revista**, v. 1, n. 2, p. 228-231, 2017.
- GALATI, D., Miceli, R., & Sini, B. (2001). **Judging and coding facial expression of emotions in congenitally blind children**. *International Journal of Behavioral Development*, 25(3), 268–278.
- GOLEMAN, Daniel. **Trabalhando com a inteligência emocional**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Censo demográfico 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/vista-serrana/panorama> . Acesso em: 06/12/2023
- KOTLER, Philip. *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. 8. reimpr. **São Paulo: Atlas**, 2009.
- LOVELOCK, C.; WIRTZ, J.. **Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados**. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- LUSCH, R. F.; VARGO, S. L. **Service-dominant logic: reactions, reflections and refinements**. *Marketing Theory*, v. 6, n. 3, p. 281-288, set. 2006.
- VARGO, Stephen L.; LUSCH, Robert F. Evolving to a new dominant logic for marketing. **Journal of marketing**, v. 68, n. 1, p. 1-17, 2004.
- PALADINI, Edson Pacheco. *Gestão da qualidade no processo: a qualidade na produção de bens e serviços*. São Paulo: Atlas, 1995. **Gestão da Qualidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2004.
- DU PIN, Shyrlei Guitério Calmon. Valor emocional: o cliente sempre tem razão?. **GV-EXECUTIVO**, v. 14, n. 1, p. 22-24, 2015.
- PLUTCHIK, R.; PLUTCHIK, R. **Emotions and life: Perspectives from psychology, biology, and evolution: American Psychological Association Washington**. 2002.
- PORTER, M. E. **The competitive advantage of nations**. New York: MacMillan Press, 1990.
- SANTOS, Larissa Muniz. O Impacto da qualidade do atendimento na decisão de compra. Estudo de caso no comércio varejista de Itaperuna/RJ. **Revista Interdisciplinar Pensamento Científico**, v. 6, n. 3, 2020.
- SHIOZAWA, Ruy Sérgio Cacesse. **Qualidade no atendimento e tecnologia de informação**. Atlas, 1993.
- SHYRLEI GUITÉRIO CALMON DU PIN, IRENE RAGUENET TROCCOLI, **valor emocional: o cliente sempre tem razão?**. V.14, Pag. 23, 2015.

- THALMANN, Y. A. (2013). **Le décodeur des émotions**. Paris: First-Gründ.
- VASCO, A. Sinto e penso, logo existo: abordagem integrativa das emoções. **Psilogos: Revista do Serviço de Psiquiatria do Hospital Fernando Fonseca**, v. 11, p. 37-44, 2013. Disponível em: <https://repositorio.hff.minsaude.pt/bitstream/10400.10/1100/1/Art3.pdf>. Acesso em: 06 de jun. 2023.
- VARGO, Stephen L.; LUSCH, Robert F. Evolving to a new dominant logic for marketing. **Journal of marketing**, v. 68, n. 1, p. 1-17, 2004.
- VILJAKAINEN, Anna; TOIVONEN, Marja. The futures of magazine publishing: Servitization and co-creation of customer value. **Futures**, v. 64, p. 19-28, 2014.
- WOODRUFF, Robert B. Customer value: the next source for competitive advantage. **Journal of the academy of marketing science**, v. 25, p. 139-153, 1997.
- ZEITHAML, Valarie A. Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. **Journal of marketing**, v. 52, n. 3, p. 2-22, 1988.
- SENNETT, R. 1977 **The fall of public man**. New York, Alfred A. Knopf. 1977.
- GOLEMAN, Daniel. **O cérebro e a inteligência emocional: novas perspectivas**. Objetiva, 2012.
- POLLIT, Denise F.; BECK, Cheryl T.; HUNGLER, Bernadette P. Fundamentos de pesquisa em enfermagem: métodos, avaliação e utilização. **Porto Alegre: Artmed**, 2004.
- FONSECA, João JS. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila. **SILVEIRA, DT; CORDOVA, FP A pesquisa científica. Cap**, v. 2, p. 31-42, 2016.
- DE SOUZA MINAYO, Maria Cecília; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Editora Vozes Limitada, 2011.
- LA FALCE, Jefferson Lopes et al. Qualidade no serviço Público: Um estudo de caso em uma fundação pública em Minas Gerais. **Amazônia, Organizações e Sustentabilidade**, v. 3, n. 2, p. 43-62, 2014.
- ROSENDO, Tiago César Gonçalves et al. Qualidade do atendimento nas Unidades Básicas de Saúde: estudo de caso da unidade básica de saúde (UBS) de Santa Luzia do Cariri-PB. 2016.
- DA FONSECA, João José Saraiva. **Apostila de metodologia da pesquisa científica**. João José Saraiva da Fonseca, 2002.