



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS  
ESCOLA DE DIREITO NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**ANÁLISE DO CLIMA ORGANIZACIONAL NO TERCEIRO SETOR –  
ESTUDO APLICADO EM UMA FUNDAÇÃO DE APOIO**

***ANALYSIS OF THE ORGANIZATIONAL CLIMATE IN THE THIRD SECTOR -  
APPLIED STUDY IN A SUPPORT FOUNDATION***

Linha de Pesquisa: Gestão Estratégica

Acadêmica: Thaiza Vasconcelos – [thaizavasconcelos@outlook.com](mailto:thaizavasconcelos@outlook.com)  
Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Ma. Gisely Jorge Mesquita - [giselyjmesquita@gmail.com](mailto:giselyjmesquita@gmail.com)  
Membros da Banca: Prof.<sup>a</sup> Ma. Lúcia Aparecida M. Abrantes -  
[luciamabrantes@hotmail.com](mailto:luciamabrantes@hotmail.com) e  
Prof.<sup>a</sup> Ma. Irene Reis - [irenereis15@hotmail.com](mailto:irenereis15@hotmail.com)

**RESUMO**

Este artigo apresentou uma análise do clima organizacional em uma Fundação de Apoio à Pesquisa, com o objetivo de identificar os aspectos favoráveis e desfavoráveis que podem influenciar seu clima organizacional. Metodologicamente, foi utilizada a pesquisa exploratória descritiva com análise quantitativa, por meio de um questionário com 20 questões, e a coleta de dados se deu por meio do envio do *Google Forms*. Seu universo correspondeu a 115 colaboradores da Fundação de Apoio. Participaram 79% da pesquisa, sendo 91 colaboradores. A amostragem foi considerada simples, na qual todos os colaboradores tiveram a oportunidade de participar da pesquisa. As questões sobre clima organizacional foram fundamentadas em indicadores pré-estabelecidos, como: Imagem da Empresa, Desempenho Profissional, Comunicação, Ambiente de Trabalho, Motivação e Liderança. Após a coleta dos dados, procedeu-se à análise que utilizou a apresentação de gráficos com percentuais das opções de respostas. As questões foram apresentadas em um relatório detalhado sobre os resultados da pesquisa, destacando os pontos fortes e as áreas de melhoria, e recomendações específicas para melhorar o clima organizacional da Fundação.

**PALAVRAS- CHAVE:** Clima organizacional, Fundação de Apoio à Pesquisa, Indicadores.

***ABSTRACT***

*This article presents an analysis of the organizational climate in a Research Support Foundation, with the objective of identifying the favorable and unfavorable aspects that can*



*influence its organizational climate. Methodologically, descriptive exploratory research with quantitative analysis was used, through a questionnaire with 20 questions, and data collection was carried out by sending Google Forms. Its universe corresponded to 115 employees of the Support Foundation. 79% participated in the research, with 91 employees. Sampling was considered simple, in which all employees had the opportunity to participate in the research. Questions about organizational climate were based on pre-established indicators, such as: Company Image, Professional Performance, Communication, Work Environment, Motivation and Leadership. After collecting the data, the analysis was carried out using the presentation of graphs with percentages of the answer options. The questions were presented in a detailed report on the survey results, highlighting strengths and areas for improvement, and specific recommendations for improving the Foundation's organizational climate.*

**KEY WORDS:** *Organizational climate, Research Support Foundation, Indicators.*

## INTRODUÇÃO

As organizações e fundações de pesquisa desempenham um papel crucial no avanço da ciência, tecnologia e conhecimento em geral. Elas são responsáveis por financiar, realizar e apoiar projetos de pesquisa em diversas áreas do conhecimento.

As fundações de apoio à pesquisa atuam junto às Instituições Superiores de Ensino com o objetivo de oferecer auxílio, em especial burocrático, aos seus projetos de pesquisa, ensino e extensão. Nesse sentido, desempenham um papel fundamental na gestão financeira e administrativa desses projetos por meio de serviços de captação de recursos, fortalecimento de parcerias público-privadas, prestação de serviços, entre outros. Além disso, as organizações e fundações de pesquisa têm um impacto significativo na economia, pois colaboram com empresas que têm o intuito de criar produtos e serviços.

Visto à importância das fundações de apoio a pesquisa, é fundamental que estejam atentos ao seu clima organizacional, pois isso pode afetar diretamente sua capacidade de cumprir sua missão e alcançar seus objetivos. O clima organizacional se refere ao ambiente de trabalho, à cultura e às relações entre os membros da equipe dentro de uma organização. Quando o clima organizacional é positivo, os membros da equipe são mais produtivos, engajados e motivados, o que pode levar a um trabalho mais eficiente e a resultados mais positivos.

Para Luz (2007), no universo empresarial, tanto para as empresas privadas quanto para as estatais, conhecer seus colaboradores é uma de suas mais árduas tarefas. Saber o que pensam e como se sentem em relação às diferentes variáveis que afetam seu ambiente de trabalho, vem a ser primordial para a conquista de um ambiente de trabalho agradável. Para superar os desafios apresentados pela natureza complexa e interconectados do mundo atual, é necessário que os gestores adotem uma abordagem interdisciplinar ao formar equipes. Trabalhando em conjunto, eles podem estabelecer uma base sólida que os permitirá enfrentar as emoções e alcançar o sucesso.



Toda organização possui um conjunto de características, que vão desde os hábitos de seus colaboradores até as diretrizes que guiam o nível estratégico. Dessa forma, uma empresa possui seus traços particulares, uma cultura que a identifica. Com isso, é preciso estudar e entender sobre o comportamento humano e como potencializá-lo (CHIAVENATO, 2020).

Nesse sentido, uma ferramenta que permite identificar o nível de satisfação dos colaboradores é a pesquisa de clima organizacional. O clima organizacional pode ser descrito como a atmosfera psicológica que envolve a relação entre a empresa e seus colaboradores, bem como o reflexo do estado de ânimo ou grau de satisfação dos colaboradores de uma empresa, em um determinado momento (LUZ, 2014).

Posto isto, o presente estudo tem como objetivo geral conhecer o clima organizacional de uma Fundação de Apoio à Pesquisa. Como objetivos específicos propõem-se realizar uma pesquisa com os colaboradores da Fundação, objeto de estudo desta pesquisa, para identificar os aspectos favoráveis e desfavoráveis que podem influenciar o seu clima organizacional, avaliar os fatores que afetam o nível de motivação e o grau de satisfação de seus colaboradores, para que possam desempenhar um serviço de qualidade e estejam motivados para a realização das tarefas; verificar a necessidade de treinamento e desenvolvimento e identificar ações para melhorar a qualidade de vida no trabalho.

Conhecer o clima organizacional de uma Fundação de Apoio é justificado por diversas razões importantes, dentre elas pode-se citar: identificar áreas de melhoria e tomar medidas para otimizar a produtividade; identificar possíveis problemas que podem levar à insatisfação dos colaboradores e, assim, tomar medidas para reter talentos e evitar a rotatividade excessiva; pode identificar pontos fortes e destacá-los ao recrutar novos membros para a equipe, uma reputação positiva como um ambiente de trabalho saudável e favorável pode tornar a Fundação de Apoio à Pesquisa mais atraente para profissionais qualificados; permite que a Fundação identifique possíveis fontes de estresse e tome medidas para promover o bem-estar dos colaboradores; identificar barreiras à comunicação e colaboração de modo que a Instituição possa implementar estratégias para melhorar esses aspectos, fortalecendo assim o trabalho em equipe e a eficácia organizacional.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

O Referencial Teórico abordado nesta pesquisa incluirá as seguintes temáticas: Terceiro Setor e suas características, cultura organizacional, clima organizacional, a importância da satisfação no trabalho e os objetivos de realizar uma pesquisa de clima organizacional.

### **Terceiro Setor**

Terceiro Setor é o nome que se adotou para designar as instituições que não fazem parte do Estado e nem do mercado. Por não pertencerem ao setor público e nem ao setor privado, estariam num terceiro setor, que corresponde ao campo da sociedade civil organizada. O terceiro setor é fundamental para a sociedade, atuando em áreas importantes que os outros setores, muitas vezes, não conseguem ou não querem atender.



No Brasil, o Terceiro Setor teve início em meados da década de 1970. Este era concebido como organização da sociedade civil, isto é, não visava o lucro, uma vez que, combatia questões sociais, como saúde e educação, pois o Estado atuava de forma insatisfatória e a classe empresarial não tinha nenhum interesse em atuar no Terceiro Setor (BRAGA, 2012).

Para entender melhor termo Terceiro Setor,

[...] é preciso compreender as características, os conceitos e definições do primeiro, segundo e terceiro setores. O primeiro setor, como o governo, Estado, isto é, aquele que utiliza recursos públicos com intenção de estimular o bem-estar social; o segundo setor entende-se como as empresas, as quais utilizam recursos privados para benefícios particulares. (ALVES, 2019, p. 16).

O terceiro setor começou a ser reconhecido, por sua importância no contexto da sociedade e da economia, pela sua capacidade de mobilização de pessoas e materiais para o atendimento de importantes demandas sociais, que o Estado não atende; pela sua capacidade de gerar empregos e pelo aspecto qualitativo, caracterizado por seu idealismo, como a participação democrática, exercício da cidadania e responsabilidade social (PAES, 2003).

Alves (2019) aponta que os três setores possuem entre si relações relativas verticais, que determinam o planejamento em razão da forma com que administram o capital que os movem. O primeiro setor trabalha no campo do capital político oriundo das relações pessoais e intergovernamentais; no segundo setor, o capital econômico orienta e indica as direções do seu planejamento; no terceiro setor, o capital social, como marca definidora das relações entre as pessoas e as organizações, sustenta as ações de planejamento.

De acordo com da Silveira (2015, p. 45):

O conceito mais adequado para o Terceiro Setor foi aquele que conseguiu exprimir de forma clara como sendo o conjunto de organismo, organizações ou instituições sem fins lucrativos dotados de autonomia e administração própria que apresentam como função e objetivo principal atuar voluntariamente junto à sociedade civil visando seu aperfeiçoamento.

Essa reunião de pessoas naturais com a finalidade de formar uma pessoa jurídica para auxiliar na construção de uma sociedade melhor, para ser considerada entidade do terceiro setor, não pode visar lucro ou repartir dos passivos entre os membros e associados. O terceiro setor é formado pelas organizações sem fins lucrativos que trabalham em prol de causas sociais, culturais, educacionais, ambientais e outras.

### **Características do Terceiro Setor**

O terceiro setor é formado por organizações distintas e o que define se uma entidade pertence ou não terceiro setor são as características comuns que tais entidades apresentam.

Conforme o Conselho Federal de Contabilidade (2008), as organizações do terceiro setor apresentam as seguintes características:

- a) Promoção de ações voltadas para o bem-estar comum da coletividade;



- b) Manutenção de finalidades não lucrativas;
- c) Adoção de personalidade jurídica adequada aos fins sociais;
- d) Atividades financiadas por subvenções do primeiro setor e doações do segundo setor e de particulares;
- e) Aplicação do resultado das atividades econômicas que, porventura, exerçam nos fins sócias a que se destina;
- f) Desde que cumpra requisitos específicos, é fomentado por renúncia fiscal do Estado.

As organizações do terceiro setor possuem características de prestadoras de um serviço público com o objetivo de promover o bem-estar social; serem privadas, sem fins lucrativos e dotadas de autonomia e administração própria. (COELHO, 2000; NUNES, 2006; PEYON, 2004; e ROSA, et. al., 2003).

Para Scheunemann e Rheinheimer (2009), as organizações que compõem o Terceiro Setor podem receber diversas denominações como entidades, organizações, associações, fundações e instituições. Assim, o Terceiro Setor é integrado por alguns segmentos, dentre eles: associações, fundações, sindicatos, cooperativas, igrejas e ONGs. Estas organizações são de caráter não governamental, ou seja, são de natureza privada e não possuem natureza estatal.

O Portal do Ministério da Educação define a Fundação de Apoio como sendo:

Instituições criadas com a finalidade de dar apoio a projetos de pesquisa, ensino, extensão e de desenvolvimento institucional, científico e tecnológico, de interesse das instituições federais de ensino superior (IFEs) e também das instituições de pesquisa. Devem ser constituídas na forma de fundações de direito privado, sem fins lucrativos e serão regidas pelo Código Civil Brasileiro. Sujeitam-se, portanto, à fiscalização do Ministério Público, nos termos do Código Civil e do Código de Processo Civil, à legislação trabalhista e, em especial, ao prévio registro e credenciamento nos Ministérios da Educação e do Ministério da Ciência e Tecnologia, renovável bianualmente. As Fundações de Apoio não são criadas por lei nem mantidas pela União. O prévio credenciamento junto aos Ministérios da Educação e da Ciência e Tecnologia é requerido em razão da relação entre as instituições federais e as fundações de apoio ser de fomento ao desenvolvimento de projetos de ensino, pesquisa e extensão, sendo função das fundações dar suporte administrativo e finalístico aos projetos institucionais (MEC, 2012).

Segundo Rocha (2012, p.2) “as Fundações de Apoio às Universidades são um importante mecanismo de apoio à ciência, tecnologia e inovação no Brasil e no mundo.” Quando bem reguladas, estas instituições são de grande ajuda no cumprimento da missão das Universidades de geração de novas tecnologias, produção e difusão do conhecimento, desenvolvimento de pesquisas inovadoras bem como o seu papel em relação à responsabilidade social.

Sobre o papel da integração das fundações com a sociedade e no apoio ao desenvolvimento científico e técnico, Santos (2003) afirma que as fundações de apoio possuem um papel na mediação entre a sociedade e a universidade, sendo traçado as



demandas sociais dentro da universidade e levando informação para fora das paredes da universidade.

No contexto das Universidades, a Fundação de Apoio surge como uma entidade privada sem fins lucrativos com o intuito de apoiar os professores/pesquisadores na captação e gestão de recursos destinados ao desenvolvimento de projetos de ensino, pesquisa e extensão.

É papel das fundações de apoio, além da gestão financeira, a realização das compras necessárias à execução do projeto, a intermediação entre pesquisador e financiador, o auxílio no cumprimento das normas e legislação vigente, o pagamento de todo o pessoal necessário à execução da pesquisa, realização das importações, emissão de faturas, controle financeiro e orçamentário, auxílio no cumprimento do plano de trabalho previsto ou nas solicitações de remanejamento e alterações, solicitações de prorrogação e demais assuntos que fogem do escopo da pesquisa. Fundamentalmente, o papel das fundações de apoio é auxiliar o pesquisador de forma que ele possa dedicar-se integralmente à pesquisa.

### **Cultura Organizacional**

Embora o foco principal do estudo se trata de clima organizacional, é essencial considerar a cultura organizacional como um fator influente que pode contribuir para a compreensão e explicação das dinâmicas e dos resultados do clima organizacional.

O conceito de clima e cultura é semelhante, pois a cultura influencia no clima de uma organização, desta maneira, entende-se que o clima e a cultura são interdependentes. A cultura é a causa e o clima a consequência, sendo o reflexo de seus aspectos, sejam eles positivos ou negativos (LUZ, 2014).

Para Wagner e Hollenbeck (2012, p. 442), “a cultura organizacional desempenha quatro funções básicas, são elas: conceder aos colaboradores uma identidade organizacional, facilitar o compromisso coletivo, promover a estabilidade organizacional e moldar o comportamento dos membros da organização”. Para se conhecer uma organização, é necessário conhecer a sua cultura, pois cada uma tem seu próprio estilo, sua própria identidade, valores e ideias, ou seja, não existem organizações iguais, apenas semelhanças entre elas.

Apesar de se complementarem, Luz (2014) apresentam algumas divergências entre elas, que são: o clima lida com fatores internos e externos da organização, enquanto a cultura é um fator interno da organização; ambos são temporais, ou seja, mudam de acordo com o tempo, porém, o clima muda em um curto espaço de tempo e pode ser melhorado com políticas internas, já a cultura muda apenas em longo prazo, pois são baseadas em normas, valores, crenças, comportamentos e práticas compartilhadas pelos membros de uma organização realizados ao longo do tempo na organização.

Fazendo uma interface entre as pesquisas de clima e cultura, Santos (2000) evidencia que a pesquisa de cultura se volta para normas, valores, crenças comportamentos e pressupostos compartilhados, enquanto a pesquisa de clima está voltada para as condições organizacionais, ou seja, para as condições do ambiente interno das organizações. É uma espécie de "personalidade" ou "identidade" da organização.





Estudos de cultura e clima permitem utilizar-se das pesquisas de clima da organização como indicadores da adequação ou inadequação da cultura organizacional num momento determinado da história da organização (TAMAYO, 1999).

### **Clima Organizacional**

O estudo do clima organizacional é um tema de estudo relevante na área de administração e psicologia organizacional. Ele se concentra na compreensão do ambiente psicológico e social em uma organização, incluindo as percepções e atitudes dos colaboradores em relação à empresa, à liderança, às políticas e aos processos internos. Referem-se ao ambiente percebido pelos colaboradores em uma organização e como isso afeta seu comportamento, desempenho e satisfação no trabalho. É influenciado por diversos fatores, como a cultura da empresa, o estilo de liderança, a comunicação interna, as oportunidades de crescimento, o trabalho em equipe, as políticas de recursos humanos, entre outros. O estudo do clima organizacional é tema relevante, pois visa conhecer os fatores que influenciam o relacionamento entre pessoas e as organizações. (BORGES et al., 2013).

Segundo Chiavenato (2004, p. 504):

O clima organizacional reflete como as pessoas interagem umas com as outras com os clientes e fornecedores internos e externos, bem como o grau de satisfação com o contexto que as cerca. O clima organizacional pode ser agradável, receptivo, caloroso e envolvente, um extremo ou desagradável, agressivo, frio e alienante em outro.

De acordo com Coda (1993), o clima organizacional é o indicador do grau de satisfação dos colaboradores de determinada empresa, em relação a particularidades contidas na mesma, como a cultura organizacional, as políticas adotadas, o modelo de gestão aferido, a forma como flui o processo de comunicação, a valorização e reconhecimento do profissional através de recompensas e, por fim, nem por isso o menos importante, a própria identificação que o indivíduo tem para com a organização.

O clima organizacional é um fator de diferenciação e que as organizações precisam valorizar para gerarem maior satisfação interna adotando práticas de gestão abertas e transparentes e comprometida com o colaborador e que, segundo Kanaane (2007), pode influenciar nos seguintes resultados:

- Influenciar na motivação e integração das pessoas e equipes;
- Facilitar o alcance dos objetivos individuais e coletivos;
- Reduzir os conflitos entre chefias e pessoas;
- Promover o comprometimento das pessoas com o negócio;
- Valorizar o respeito ao ser humano;
- Melhorar a comunicação entre os níveis hierárquicos da organização.

Observa-se que existem muitas definições para clima organizacional, apesar de não ter um conceito único para clima organizacional, os conceitos citados pelos autores possuem como ponto em comum a capacidade do clima organizacional influenciar as pessoas dentro das organizações.



Saber promover um clima propício à produtividade e a qualidade do trabalho é muito importante para manter o colaborador motivado e satisfeito com seu papel dentro da organização, proporcionando vantagens tanto para ele como para a empresa.

Para Silva e Dias (2017) o primeiro passo para o tratamento da gestão do clima em uma organização é buscar entender os desejos, anseios e necessidades das pessoas. As instituições precisam aceitar que os indivíduos são dotados de percepções diferentes sobre as mais diversas variáveis, necessitam ouvir mais as opiniões e ideias dos colaboradores, realizar reuniões periódicas e avaliar o clima.

De acordo com o exposto, o clima organizacional são sentimentos compartilhados pelos colaboradores dentro das organizações. Assim, possui papel importante no sucesso das organizações, já que, ele tem a capacidade de influenciar a qualidade do ambiente interno, transformando em um ambiente bom ou ruim. O clima organizacional refere-se ao ambiente psicológico e emocional no qual as pessoas trabalham em uma organização. Ele pode ser influenciado por fatores como a cultura da empresa, o estilo de liderança, as políticas e práticas organizacionais, a comunicação interna, as relações interpessoais, entre outros. O clima organizacional é a percepção coletiva dos colaboradores sobre o ambiente de trabalho.

Em resumo, o clima organizacional pode ser um fator de diferenciação porque pode influenciar a atração e retenção de talentos, a produtividade e desempenho dos colaboradores, a imagem da empresa e a satisfação dos clientes.

### **A importância da satisfação no trabalho e os objetivos de realizar pesquisa de clima organizacional**

A maneira mais adequada para medir o nível de satisfação e o clima da empresa é a pesquisa de clima organizacional. É por meio dela que o colaborador demonstrará o seu grau de satisfação com relação ao seu trabalho, à sua função, sua remuneração e outros.

Desta forma, para investir no capital humano, de modo a obter resultados satisfatórios, é necessário:

Entender seu comportamento dentro da organização, já que o modo como as pessoas agem, pensam, expressam sentimentos é um dos principais elementos – senão o principal – que interferem na construção do clima organizacional benéfico. (MOREIRA, 2012, p.39).

Segundo Costa e Taniguchi (2009), a pesquisa de clima, objetiva mapear ou retratar os aspectos críticos que configuram o momento motivacional dos funcionários da empresa, por meio da apuração de seus pontos fortes, deficiências, expectativas e aspirações.

Alguns pontos para se observar em um bom clima organizacional é saber se a empresa é considerada um bom lugar para trabalhar, o que faz os colaboradores se sentirem motivado ou desmotivado, se as opiniões dos colaboradores sobre as práticas de recursos humanos ou outros departamentos foram consideradas e se eles estão satisfeitos com a maneira como o gerente atribui tarefas. Além disso, é preciso saber se todos eles compartilham a missão, a visão e os valores da empresa e se existe equilíbrio entre vida pessoal e vida profissional, saber como é o relacionamento dentro da empresa e se a comunicação interna é clara e todos





recebem as informações mais importantes são pontos chaves para o sucesso do clima organizacional (BARÇANTE & CASTRO, 1995).

Organizações que valorizam e cuidam dos seus colaboradores tendem a se destacar no mercado e a serem mais bem-sucedidas em longo prazo.

Para que sejam produtivas, devem sentir que o trabalho é adequado às suas competências e que estão sendo tratadas com carinho. Para elas, o trabalho é a maior fonte de identidade pessoal. As pessoas despendem a maior parte de suas vidas no trabalho e isso requer uma estreita identidade com aquilo que fazem. Pessoas satisfeitas não são necessariamente as mais produtivas. Mas pessoas insatisfeitas tendem a se desligar da empresa, a se ausentar frequentemente e a produzir pior qualidade do que pessoas satisfeitas. A felicidade na organização e a satisfação no trabalho são determinantes do sucesso organizacional (CHIAVENATO, 2014, p. 12).

Estar satisfeito no trabalho é a contraposição entre o que se deseja, ou seja, aquilo que é valorizado pelo indivíduo nesse ambiente de trabalho, e o que se ganha, contribuição do trabalho para realizar as necessidades das pessoas. Mas a satisfação só ocorre quando há compatibilidade entre os valores dos indivíduos e os valores da organização, segundo Walger, Viapiana e Barboza (2014).

São muitos os objetivos da pesquisa de clima organizacional e todos eles contribuem e trazem benefícios à empresa e aos colaboradores. Como discutido anteriormente, ela pode ser uma ferramenta que irá detectar problemas que estão acontecendo no presente, mas também problemas que ocorreriam no futuro caso a pesquisa de clima não fosse aplicada, sendo, portanto, uma ferramenta que está à frente do nosso tempo.

A pesquisa de clima poderá auxiliar o administrador a tomar as decisões cabíveis quanto ao ambiente interno da organização. Sorio (2011) confirma dizendo que a pesquisa de clima é uma maneira de “desenhar” o ambiente interno da organização, para depois poder agir, focando os problemas que mais afetam o ambiente de trabalho.

Para que as empresas se tornem produtivas e competitivas perante a concorrência e atendam bem seus clientes, inclusive as organizações públicas, que atendem a população em geral, necessitam contar com colaboradores motivados e felizes com as funções que exercem.

Aplicando a pesquisa de clima o administrador poderá observar quais são as desconformidades que a empresa apresenta e não se preocupar somente com a relação organização-cliente, mas também colaborador-organização, que igualmente é muito importante para melhorar o desempenho da atividade. Há diversos modelos já elaborados por autores conhecidos que podem ser aplicados para realizar uma pesquisa de clima.

Neste estudo em particular, os indicadores usados foram: Imagem da Empresa, Desempenho Profissional, Comunicação, Ambiente de Trabalho, Motivação e Liderança.



## METODOLOGIA

A pesquisa de clima organizacional realizada em uma Fundação de Apoio à Pesquisa possui caráter exploratório, uma vez que a pesquisadora realizou um levantamento para obter maior compreensão do tema, e um caráter descritivo, por meio da apresentação da descrição do clima organizacional atual da Instituição.

Os métodos técnicos utilizados neste estudo envolveram uma revisão bibliográfica, que serviu como base teórica para compreender os fenômenos pensados e fundamentais recomendados. Além disso, foram realizadas pesquisas documentais para coletar dados e informações da Fundação, e uma pesquisa de campo, onde foram aplicados questionários, por meio da plataforma *Google* Formulários, para recolher as informações necessárias para análise. Para Bowditch (1992), o questionário representa provavelmente a técnica mais largamente utilizada para a coleta de dados quantitativos na sociedade contemporânea.

Na categoria referente à tipologia relacionada ao procedimento do trabalho, foi utilizado o estudo de caso. Para Gil (2008) trata-se de uma pesquisa cujo objetivo é o estudo de uma unidade, com análise profunda dele.

A pesquisa utilizou uma abordagem quantitativa, onde foi possível quantificar as respostas do questionário, pois se utilizou perguntas fechadas, ou seja, perguntas de múltipla escolha, o que possibilitou a análise dos resultados por meio da análise estatística.

O questionário possuiu 20 questões fechadas, e obedeceram a escala de *Likert* com cinco pontos, que é “um tipo que se estabelece previamente, de acordo com a complexidade que a questão exige e com o perfil de respondente, quantos pontos forem necessários” (ARRUDA FILHO, 2013, p. 123). É indicada para realizar pesquisas de opinião e pesquisas de satisfação.

O questionário abordou diversos aspectos do clima organizacional, e as questões foram aglutinadas por subcategorias conforme os indicadores da pesquisa: Imagem da Empresa, Desempenho Profissional, Comunicação, Ambiente de Trabalho, Motivação e Liderança.

Em relação ao tipo de cobertura da pesquisa, o seu universo corresponde aos 115 colaboradores da Fundação de Apoio. Participaram da pesquisa 91 colaboradores, representando 79% do universo, com uma amostragem simples, na qual todos os colaboradores tiveram a oportunidade de participarem da pesquisa (ARRUDA FILHO, 2013).

A coleta de dados se deu por meio do envio do *Google Forms*, que é uma ferramenta de pesquisa. Após a coleta dos dados, procedeu-se à análise que se utilizou da apresentação de gráficos com percentuais das opções de respostas. As questões foram apresentadas em um relatório detalhado sobre os resultados da pesquisa, destacando os pontos fortes e as áreas de melhoria e recomendações específicas para melhorar o clima organizacional da Fundação.



## RESULTADOS: COLETA E ANÁLISE DE DADOS

### Apresentação da Instituição

As informações citadas abaixo foram baseadas no site da FUNAPE (2023)

A Fundação de Apoio à Pesquisa - FUNAPE é uma entidade de direito privado, sem fins lucrativos, com autonomia administrativa e financeira, criada por um grupo de pesquisadores da Universidade Federal de Goiás (UFG) com o objetivo de apoiar na gestão de projetos de pesquisa, ensino, extensão, desenvolvimento institucional e inovação tecnológica.

A Fundação no cumprimento de sua Missão Institucional atua como escritório de negócios, em apoio à Universidade Federal de Goiás - UFG e outras Instituições Científicas e Tecnológicas - ICTs, servindo de elo entre a academia e agentes produtivos visando promover o desenvolvimento científico e tecnológico do país.

Para tanto, a FUNAPE mantém o credenciamento necessário junto ao Ministério da Educação e o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações - MEC/MCTIC, e submetem-se, as atividades da gestão institucional, à fiscalização do Ministério Público Estadual - MPE, com o intuito de garantir eficácia de seus atos na execução da tarefa de gestão administrativa e financeira dos projetos.

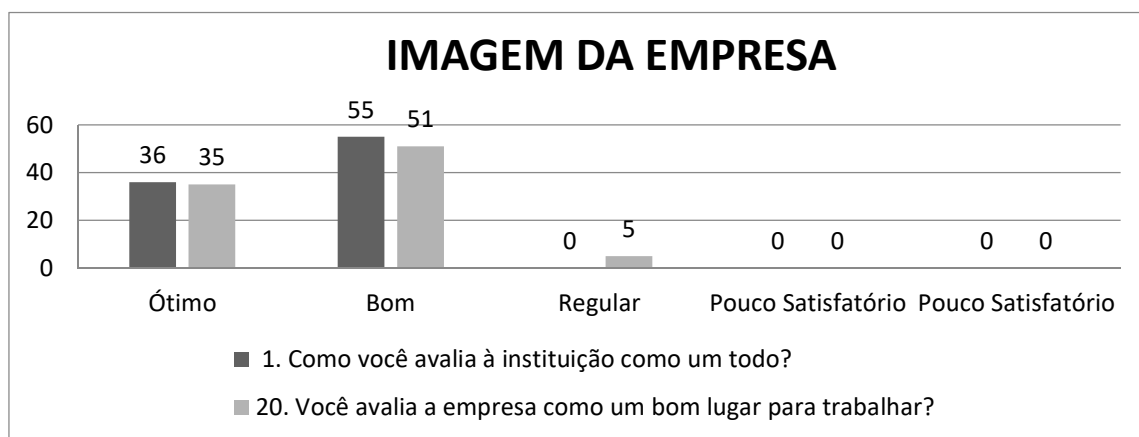
As figuras, apresentadas abaixo, representam os resultados revelados pela pesquisa sobre o clima organizacional da Fundação, objeto deste estudo.

### COLETA DE DADOS

A pesquisa foi conduzida com a participação de 91 indivíduos, sendo 38 do sexo masculino e 53 do sexo feminino. O estudo foi realizado no período compreendido entre 01/05/2023 a 06/05/2023. Os resultados obtidos foram:

### Imagem da Empresa

Figura 01 – Indicador Imagem da Empresa



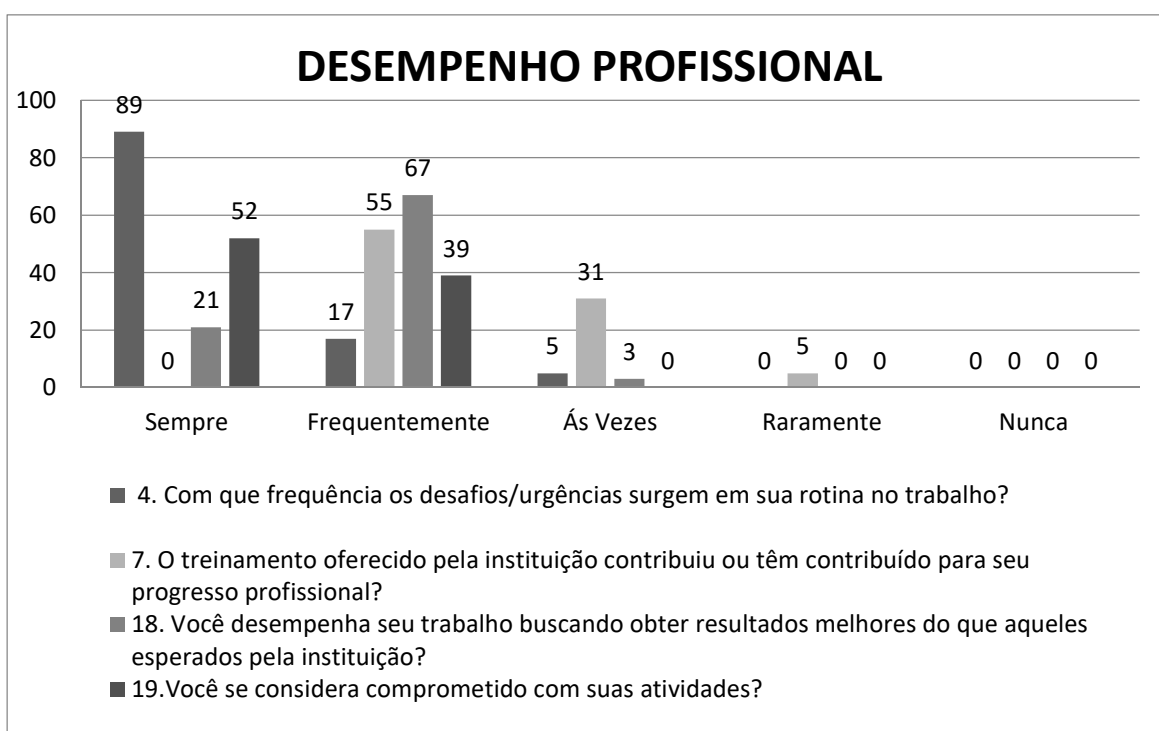
Fonte: Dados da pesquisa (2023)



Na figura 01, o indicador Imagem da Empresa traz as seguintes perguntas: “1. Como você avalia a instituição como um todo?”, dos respondentes, 36 colaboradores avaliaram como ótimo e 55 avaliaram como bom. Em relação à pergunta “20. Você avalia a empresa como um lugar para trabalhar?”, 35 colaboradores responderam como ótimo lugar e 51 como bom lugar e apenas 5 como lugar regular.

## Quanto ao Desempenho Profissional

Figura 02 – Indicador Desempenho Profissional



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

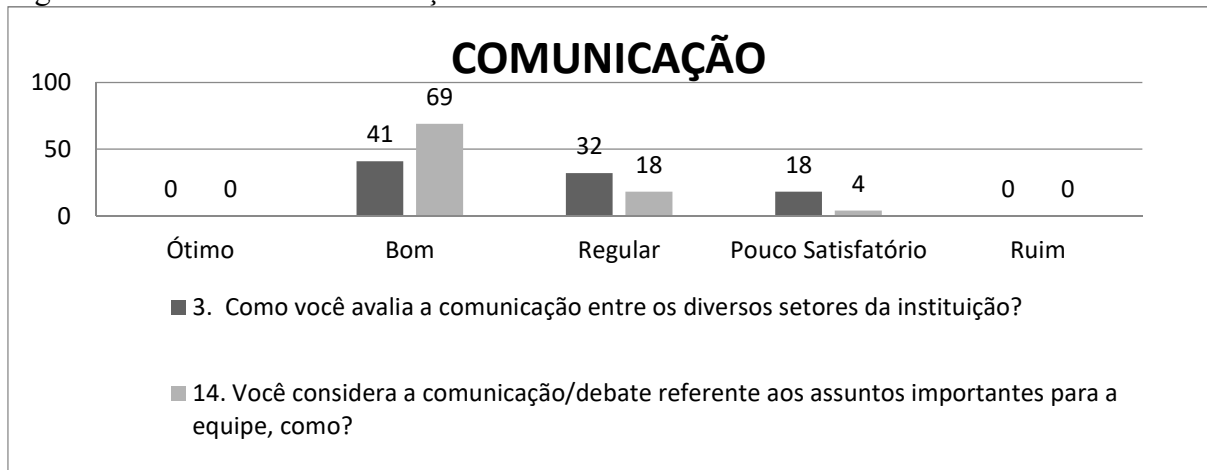
Já na figura 02, os dados mostram como os colaboradores avaliaram o seu Desempenho Profissional. A pergunta “4. trouxe a seguinte questão: Com qual frequência os desafios/urgências surgem em sua rotina no trabalho?”, 89 colaboradores disseram que sempre, 17 disseram que frequentemente e apenas 5 afirmaram que às vezes. A pergunta 7. Questionou se “O treinamento oferecido pela instituição contribuiu ou têm contribuído para seu progresso profissional?” 55 responderam que frequentemente e 31 às vezes e 5 raramente. Já na pergunta 18 Teve o seguinte questionamento: “Você desempenha seu trabalho buscando obter resultados melhores do que aqueles esperados pela instituição?”, 21 responderam sempre, 67 frequentemente e 3 às vezes.

Na pergunta 19 questionou se: “Você se considera comprometido com suas atividades?”, 52 disseram que sempre e 39 frequentemente.



## Quanto a Comunicação

Figura 03 – Indicador Comunicação

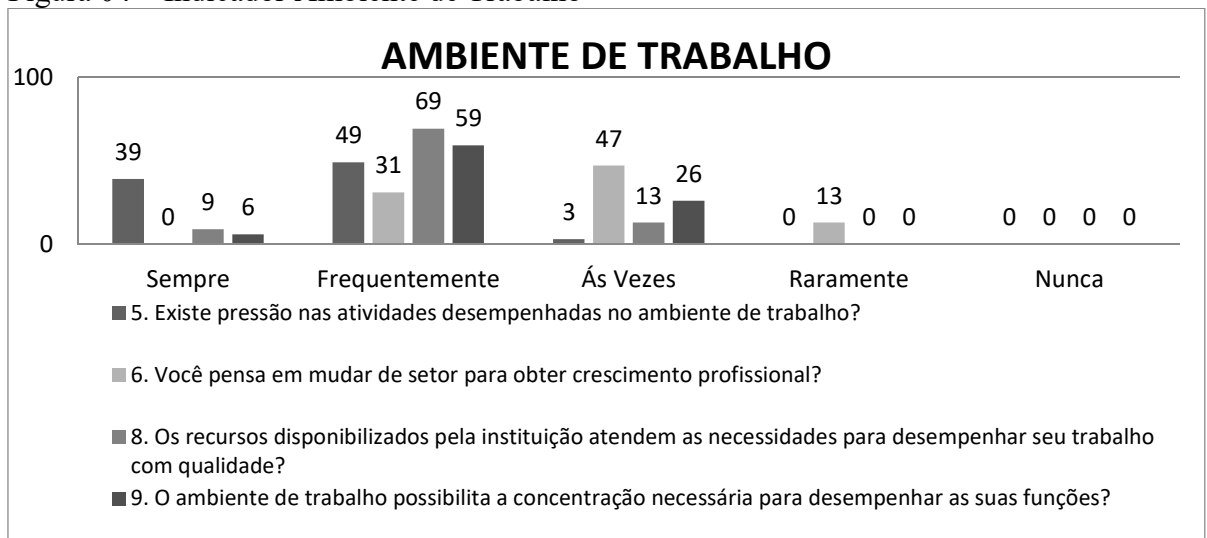


Fonte: dados da pesquisa (2023)

Na figura 03, no indicador “Comunicação”, foram apresentadas duas perguntas, a de número 3 fez a seguinte abordagem: “Como você avalia a comunicação entre os diversos setores da instituição?” e o resultado foi que 41 colaboradores responderam como boa a comunicação, 32 respondentes como regular e 18 pouco satisfatória”. A pergunta 14 trouxe a seguinte questão: “você considera a comunicação/debate referente aos assuntos importantes para a equipe, como avalia? ”, 69 avaliaram como bom, 18 de forma regular e 4 como pouco satisfatório.

## Quanto ao Ambiente de Trabalho

Figura 04 – Indicador Ambiente de Trabalho



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

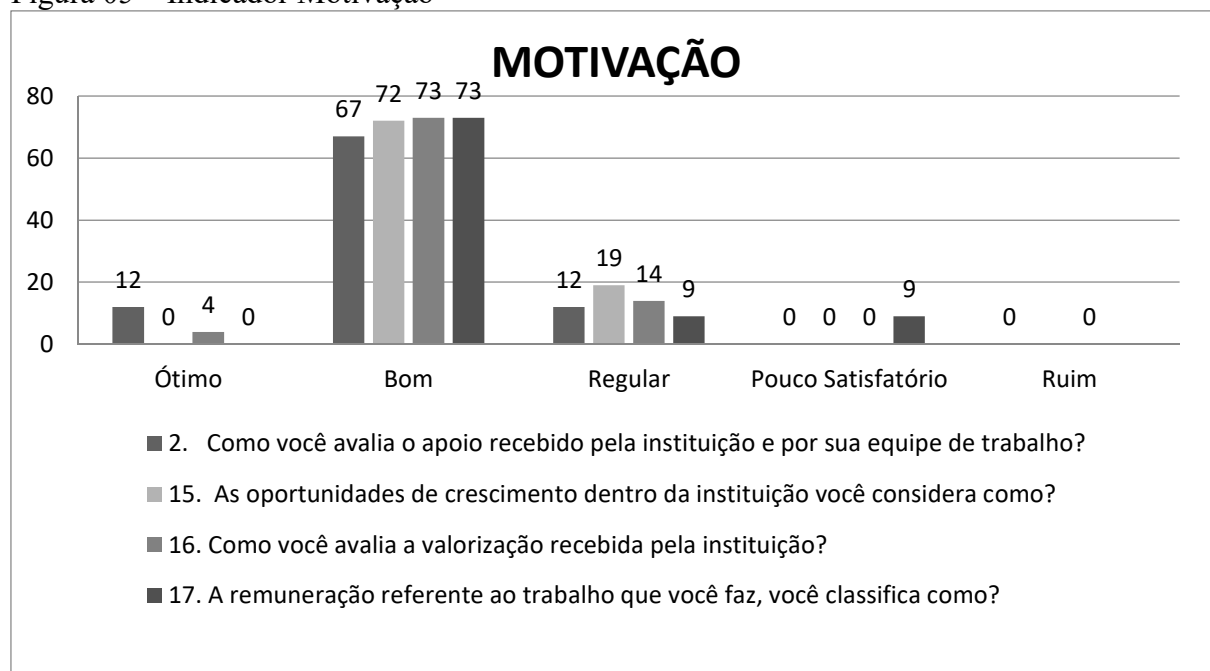


A figura 04 apresenta os resultados das questões que compõem o indicador Ambiente Físico de Trabalho, na questão “5. Existe pressão nas atividades desempenhadas no ambiente de trabalho?”, dos respondentes, 39 colaboradores afirmaram que sempre, 49 frequentemente e 3 às vezes. Na pergunta 6 “Você pensa em mudar de setor para obter crescimento profissional?”, 31 colaboradores responderam que frequentemente pensa em mudar de setor, 47 às vezes e 13 responderam raramente.

Já na pergunta 8 “Os recursos disponibilizados pela instituição atendem as necessidades para desempenhar seu trabalho com qualidade?”, 9 colaboradores responderam que sempre, 69 afirmaram que frequentemente, 13 às vezes. E na pergunta 9 “O ambiente de trabalho possibilita a concentração necessária para desempenhar as suas funções?”, 6 responderam que sempre, 59 frequentemente e 26 às vezes.

## Quanto a Motivação

Figura 05 – Indicador Motivação



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Na figura 05, o indicador Motivação foi composto por 4 questões, pergunta 2 “Como você avalia o apoio recebido pela instituição e por sua equipe de trabalho?” e obteve os seguintes resultados: 12 colaboradores responderam que avaliaram o apoio recebido como ótimo, 67 como bom e 12 como regular. Já na pergunta 15 questionou: “As oportunidades de crescimento dentro da instituição, você considera como?” obteve-se 72 respostas como bom e 19 como regular. A pergunta 16 questiona: Como você avalia a valorização recebida pela instituição? ” Dos respondentes, 4 marcaram que considera a valorização recebida como

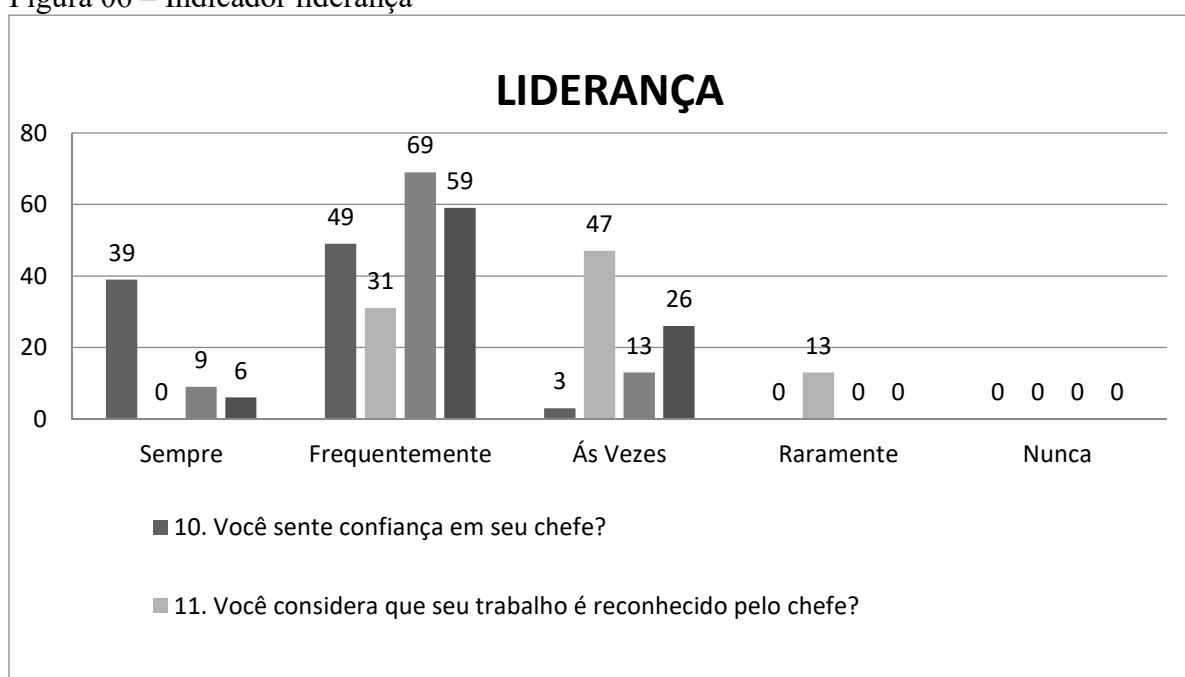




ótima, 73 como bom e 14 como regular. Na pergunta 17 questionou sobre a remuneração: “A remuneração referente ao trabalho que você faz você, classifica como?” dos respondentes 73 classificaram como bom, 9 como regular e 9 marcaram pouco satisfatório.

### Quanto a Liderança

Figura 06 – Indicador liderança



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Na figura 06, o indicador Liderança foi composto por 4 questões, sendo que a 10 refere-se a confiança: “Você sente confiança em seu chefe? ”, do total dos respondentes, 39 afirmaram que sempre sente confiança no chefe, 49 que frequentemente e 3 às vezes.

Na pergunta 11 questionou: “Você considera que seu trabalho é reconhecido pelo chefe? ”, das respostas 31 colaboradores disseram que considera o trabalho reconhecido pelo chefe, 47 às vezes, e 13 raramente.

A questão 12 pergunta: “Você acha que a sua opinião é levada em consideração para a tomada de decisões?”, sendo que 69 disseram que frequentemente a opinião é levada em consideração e 13 afirmaram que às vezes.

A questão 13 questionou-se: “O gestor/ chefe explica adequadamente aos colaboradores o motivo das decisões que toma?”, do total de participantes da pesquisa, 6 colaboradores responderam que sempre, 59 frequentemente e 26 às vezes.

### ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

A análise dos resultados obtidos na pesquisa sobre o clima organizacional na Fundação de Apoio à Pesquisa revelou *insights* importantes sobre diversos aspectos da,



proporcionando uma visão abrangente sobre a percepção dos colaboradores em relação aos indicadores abordados. A discussão desses resultados pode ajudar a compreender melhor o ambiente de trabalho e identificar oportunidades de melhoria.

No indicador "Imagem da Empresa", a maioria dos colaboradores avalia a instituição como "ótima" ou "boa", indicando alta satisfação e percepção positiva da organização como um todo. No entanto, alguns colaboradores consideram a empresa apenas um lugar "regular" para trabalhar, sugerindo a necessidade de melhorias específicas no ambiente de trabalho para aumentar a satisfação dos colaboradores. Embora a imagem geral da empresa seja positiva, é importante considerar áreas específicas que precisam ser aprimoradas.

A análise do indicador "Desempenho Profissional" revelou que a maioria dos colaboradores enfrenta desafios e urgências em sua rotina de trabalho com frequência, indicando um ambiente dinâmico. No entanto, é importante evitar que essas pressões se tornem excessivas, afetando o estresse e a carga de trabalho dos colaboradores. Quanto ao treinamento oferecido, à maioria dos colaboradores considera que ele contribuiu ou tem contribuído para seu progresso profissional, demonstrando um investimento da instituição no desenvolvimento e capacitação da equipe. Porém, é necessário avaliar o acompanhamento dos programas de treinamento, pois uma parcela significativa dos colaboradores respondeu que o treinamento contribuiu apenas às vezes para seu progresso profissional. Esses resultados indicam a necessidade de identificar melhorias para garantir que as expectativas e necessidades dos colaboradores sejam atendidas. Além disso, os resultados mostram um alto nível de comprometimento dos colaboradores em superar as expectativas da instituição, refletindo motivação e engajamento, o que contribuiu para um serviço de qualidade.

No indicador "Comunicação", as respostas indicaram que a comunicação entre os diversos setores da instituição foi avaliada de forma variada pelos colaboradores. Enquanto alguns colaboradores a consideram boa, outros a avaliam como regular ou pouco satisfatório. Essa discrepância sugere que há oportunidades para aprimorar a comunicação interna. Essa divergência de percepções pode indicar a necessidade de melhorar a comunicação interna, promovendo canais de comunicação mais efetivos e transparentes entre os setores, a fim de facilitar a troca de informações e a colaboração entre as equipes. Quanto ao debate de assuntos importantes para a equipe, a maioria dos colaboradores avaliou positivamente a comunicação e o debate. Isso é um indicativo de que a organização está proporcionando um espaço adequado para a discussão de questões relevantes, o que pode fortalecer a coesão e o engajamento dos colaboradores.

No que diz respeito ao "Ambiente de Trabalho", os resultados revelaram que a pressão nas atividades desempenhadas é percebida com frequência pelos colaboradores. Essa constatação destaca a importância de oferecer suporte emocional e recursos adequados para lidar com a pressão e o estresse no trabalho. Além disso, um número significativo de colaboradores relatou pensar em mudar de setor para obter crescimento profissional, o que pode indicar a necessidade de criar oportunidades de desenvolvimento e progressão de carreira dentro da organização. No que se refere aos recursos disponibilizados pela instituição, a maioria dos colaboradores considerou que eles atendem suas necessidades para desempenhar o trabalho com qualidade. No entanto, uma parcela significativa também relatou que o ambiente de trabalho nem sempre possibilita a concentração necessária para o



desempenho das funções. Esses resultados apontam para a importância de oferecer recursos adequados e um ambiente de trabalho propício para a realização das tarefas, a fim de promover a eficiência e o bem-estar dos colaboradores.

No indicador de "Motivação", a maioria dos colaboradores avaliou positivamente o apoio recebido pela instituição e pela equipe de trabalho, assim como as oportunidades de crescimento e valorização. Porém, alguns colaboradores expressam estimativas mais moderadas nestas áreas. Isso ressalta a importância de manter um ambiente de trabalho que incentive e reconheça o esforço e a contribuição dos colaboradores, buscando sempre melhorar as oportunidades de crescimento e valorização dentro da organização. Quanto à remuneração, a maioria dos colaboradores a considerou boa, mas uma parcela significativa a avaliou como regular ou pouco satisfatória. Essa percepção indica a necessidade de revisar as políticas salariais e benefícios oferecidos, garantindo uma remuneração justa e proporcional às responsabilidades e ao desempenho dos colaboradores.

No indicador "Liderança", a maioria dos colaboradores demonstrou alta confiança em seus chefes, o que é positivo para o clima organizacional. Porém, também foram identificadas respostas indicando níveis mais baixos de confiança, o que apontou áreas de melhoria para os líderes, fortalecimento do relacionamento com suas equipes. A percepção de reconhecimento pelo trabalho realizado pelos chefes foi variada, com algumas respostas indicando reconhecimento frequente e outras indicando que isso ocorre apenas às vezes ou raramente. Essas respostas fornecem percepções sobre a eficácia das práticas de reconhecimento e recompensa na organização, garantindo que os colaboradores se sintam valorizados e motivados. A consideração da opinião dos colaboradores para a tomada de decisões foi avaliada como frequentemente, indicando uma cultura de participação e engajamento. No entanto, também foram identificadas respostas indicando que a opinião dos colaboradores é considerada apenas em alguns casos. Isso destaca áreas em que a inclusão deles no processo decisório pode ser aprimorada, fortalecendo a participação e o comprometimento da equipe. A explicação adequada das decisões pelos gerentes ou chefes foi avaliada predominantemente como frequente, com a maioria dos colaboradores afirmando que seus gerentes explicam o motivo por trás das decisões. No entanto, também foram identificadas respostas indicando que isso ocorre com apenas às vezes. Isso aponta para a necessidade de melhorar a comunicação dos motivos das decisões, aumentando a transparência e a compreensão entre líderes e colaboradores.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante do exposto, o presente artigo teve a intenção de realizar uma pesquisa de clima organizacional situado no terceiro setor. A partir das diversas variáveis que influenciam o clima da Fundação, tanto os aspectos favoráveis e desfavoráveis, bem como entender a satisfação dos colaboradores da organização em relação a diversos fatores, como: Imagem da Empresa, Desempenho Profissional, Comunicação, Ambiente de Trabalho, Motivação e Liderança.

Com base no estudo apresentado, foi possível afirmar que a Fundação de Apoio à Pesquisa possui aspectos favoráveis em seu clima organizacional, como a percepção positiva



da imagem da empresa, o reconhecimento do apoio recebido, as oportunidades de crescimento e a confiança na liderança. No entanto, também existem desafios a serem enfrentados, como a comunicação entre os setores, a pressão no ambiente de trabalho, a necessidade de melhorias na remuneração e a busca por um ambiente que proporcione concentração adequada.

Com esses resultados, é recomendado que a Fundação de Apoio implemente ações que visem fortalecer a comunicação interna, oferecer oportunidades de desenvolvimento profissional, melhorar a remuneração e fortalecer a liderança. Ao colocar em prática medidas concretas com base nos resultados da pesquisa, a empresa tem a oportunidade de criar um ambiente de trabalho mais positivo, incentivar o crescimento profissional de seus colaboradores e alcançar resultados mais satisfatórios em suas atividades de suporte à pesquisa.

Por fim, pode-se afirmar que os objetivos do estudo foram atingidos, o que sugere a possibilidade de conduzir novas pesquisas no futuro, considerando a natureza dinâmica do mercado em que as empresas estão inseridas.

## REFERÊNCIAS

ALVES, A. **Contabilidade do terceiro setor**. 1 ed. Porto Alegre: Sagah, 2019.

BALDUCI, Daniel e KANAANE, Roberto. **Relevância da gestão de pessoas no clima organizacional de uma empresa de engenharia**. Bol. – Acad. Paul. Psicol. [online]. 2007, vol.27, n.2, pp. 133-147. ISSN 1415-711X.

BARÇANTE, L. C.; CASTRO, G. C. **Ouvindo a voz do cliente interno**. 3 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1995.

BORGES, Livia de Oliveira; MOURÃO, Luciana (Org.). **O trabalho e as organizações: atuações a partir da psicologia**. Porto Alegre, RS: Artmed, 2013.

BOWDITCHI, J. L; BUONO, A, F. **Elementos do Comportamento Organizacional**. São Paulo, Pioneira, 1992.

BRAGA, R. Q. Terceiro Setor: uma pesquisa sobre clima organizacional. **Revista Brasileira de Gestão e Engenharia (ISSN)**. São Gotardo-MG, v 2, n 7, p. 21-48, Jun/Dez 2012. Disponível Acesso em: 19 de dez. de 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos na organização**. 2.ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 4ª edição, Barueri, SP: Manole, 2014, p. 12, 154, 309-310 e 470.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: o novo papel da gestão do talento humano**. 5. Ed. São Pulo: Atlas, 2020.



CODA, Roberto. **Pesquisa de clima organizacional**: uma contribuição metodológica. 1993. Tese (Livre Docência) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

COELHO, Simone de Castro Tavares. **Terceiro setor**: um estudo comparativo entre o Brasil e os Estados Unidos. São Paulo: SENAC, 2000.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Manual de procedimentos contábeis para fundações e entidades de interesse social**. Brasília – DF, 2008.

DA SILVEIRA, T. B. M. **O Estado e as transferências voluntárias por meio dos convênios às entidades privadas sem fins lucrativos**. Terceiro Setor e Tributação. Editora Forense, 2015. Rio de Janeiro.

FARIAS FILHO, Milton Cordeiro; Arruda Filho, Emílio J. M. **Planejamento de pesquisa científica**. São Paulo: Atlas, 2013.

FUNAPE. **Fundação de apoio a Pesquisa**. Disponível em: <https://funape.org.br/novo/index.php> . Acesso em: 03 maio de 2023.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KANAANE, Roberto. **Comportamento humano nas organizações: o homem rumo ao século XXI**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LUZ, Ricardo. **Gestão do clima organizacional**. 3 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.

LUZ, Ricardo Silveira. **Gestão do clima organizacional**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2014.

MEC - MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Fundações de Apoio**. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/fundacoes-de-apoio/apresentacao>. Acesso em: 04 de fev. de 2023.

MOREIRA, Elen Gongora. **Clima Organizacional**. Curitiba, Paraná: IESDE, 2012.

NUNES, Andrea. **Terceiro setor: controle e fiscalização**. 2. ed. São Paulo: Método, 2006.

PAES, José Eduardo Sabo. **Fundações e entidades de interesse social**: aspectos jurídicos, administrativos, contábeis e tributários. 4. ed. Brasília: Brasília Jurídica, 2003.

PEYON, Luiz Francisco. **Gestão contábil**: para o terceiro setor. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2004.

ROCHA, José Cláudio. **A Reinvenção Solidária e Participativa da Universidade**. Salvador: EDNUEB, 2012.

ROSA, Alexandre Moraes da, et. al. **Marco legal do terceiro setor**: aspectos teóricos e prático. Vol. I. Florianópolis: Tribunal de Justiça: Divisão de Artes Gráficas, 2003.

SANTOS, N. M. B. **Cultura organizacional e desempenho**: pesquisa, teoria e aplicação. Lorena: Stiliano, 2000.



SANTOS, Boaventura de Sousa. **A universidade no Século XXI: para uma reforma democrática da universidade.** Cortez, São Paulo, 2003.

SCHEUNEMANN, V. A.; RHEINHEIMER, I. **Administração do terceiro setor.** Curitiba: IBPEX, 2009.

SILVA, Marília de Azevedo da; DIAS, Simone Regina. **Pesquisa de Clima Organizacional: Um estudo de caso em uma empresa do segmento automotivo.** Revista Eletrônica Estácio Papyrus, v.4, n.2, Santa Catarina, SC, 2017, p. 181. Disponível em: <http://periodicos.estacio.br/index.php/papirusantacatarina/article/view/4150/2100>. Acesso em 12 de nov. de 2022.

SORIO, Washington. **Pesquisa de Clima Organizacional.** 2011.

TAMAYO, A.; PAZ, M.G. T. **Escola, saúde e trabalho: estudos psicológicos.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1999. BORGES et al., 2013.

TANIGUCHI, K; COSTA, A. L. A. Clima Organizacional: Uma ferramenta estratégica para o diagnóstico em recursos humanos. **Revista de Ciências Gerenciais.** São Paulo, v. 8, n. 18, p. 207-223, 2009.

WAGNER, John; HOLLENBECK, John. R. **Comportamento organizacional: criando uma vantagem competitiva.** 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

WALGER, Carolina; VIAPIANA, Larissa; BARBOZA, Marina Monfort. **Motivação e satisfação no trabalho: em busca do bem-estar de indivíduos e organizações.** 1ª edição, Curitiba: Intersaberes, 2014, p.143, 152-153.



## **RESOLUÇÃO n° 038/2020 – CEPE**

### **ANEXO IV**

#### **APÊNDICE ao TCC**

##### **Termo de autorização de publicação de produção acadêmica**

A estudante Thaiza Vasconcelos do Curso de Administração, matrícula 2018.2.0023.0015.0, telefone: (62) 9 9209-3223, e-mail: [thaizavasconcelos@outlook.com](mailto:thaizavasconcelos@outlook.com), na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: ANÁLISE DO CLIMA ORGANIZACIONAL NO TERCEIRO SETOR – ESTUDO APLICADO EM UMA FUNDAÇÃO DE APOIO, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 26 de Junho de 2023.

Documento assinado digitalmente

**gov.br**

THAIZA VASCONCELOS

Data: 26/06/2023 08:42:19-0300

Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Assinatura do autor: \_\_\_\_\_

Nome completo do autor: Thaiza Vaconcelos

Assinatura do professor-orientador: \_\_\_\_\_

Nome completo do professor-orientador: Gisely Jorge Mesquita