

**POLÍTICA DE INTEGRACIÓN DE LA PERSONA CON DEFICIENCIA:
IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING SOBRE LA
RECAUDACIÓN DE RECURSOS EN LA APAE FOZ**

JÚNIOR RAÍ PACHECO ORTIZ

Foz do Iguaçu
2023

**POLÍTICA DE INTEGRACIÓN DE LA PERSONA CON DEFICIENCIA:
IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING SOBRE LA
RECAUDACIÓN DE RECURSOS EN LA APAE FOZ**

JÚNIOR RAÍ PACHECO ORTIZ

Trabajo de Conclusión de Curso presentado al Instituto Latinoamericano de economía, Sociedad y Política de la Universidad Federal de la Integración Latinoamericana, como requisito parcial para la obtención del título de Bachiller en Administración Pública y Políticas Públicas.

Orientador: Prof. Wellington Nunes

Foz do Iguaçu
2023

JÚNIOR RAÍ PACHECO ORTIZ

**POLÍTICA DE INTEGRACIÓN DE LA PERSONA CON DEFICIENCIA:
IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING SOBRE LA
RECAUDACIÓN DE RECURSOS EN LA APAE FOZ**

Trabajo de Conclusión de Curso presentado al
Instituto Latinoamericano de economía, Sociedad
y Política de la Universidad Federal de la
Integración Latinoamericana, como requisito
parcial para la obtención del título de Bachiller en
Administración Pública y Políticas Públicas.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. DR Wellington Nunes
UNILA

Prof. Dra Maria Lúcia Navarro Lins Brzezinski
UNILA

Prof. Dar Amilton Amoretto
UNILA

Foz do Iguaçu, 06 de Junio de 2023.

TERMO DE SUBMISSÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS

Nome completo do autor(a): _____

Curso: _____

Tipo de Documento	
(.....) graduação	(.....) artigo
(.....) especialização	(.....) trabalho de conclusão de curso
(.....) mestrado	(.....) monografia
(.....) doutorado	(.....) dissertação
	(.....) tese
	(.....) CD/DVD – obras audiovisuais
	(.....) _____

Título do trabalho acadêmico: _____

Nome do orientador(a): _____

Data da Defesa: ____ / ____ / ____

Licença não-exclusiva de Distribuição

O referido autor(a):

a) Declara que o documento entregue é seu trabalho original, e que o detém o direito de conceder os direitos contidos nesta licença. Declara também que a entrega do documento não infringe, tanto quanto lhe é possível saber, os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade.

b) Se o documento entregue contém material do qual não detém os direitos de autor, declara que obteve autorização do detentor dos direitos de autor para conceder à UNILA – Universidade Federal da Integração Latino-Americana os direitos requeridos por esta licença, e que esse material cujos direitos são de terceiros está claramente identificado e reconhecido no texto ou conteúdo do documento entregue.

Se o documento entregue é baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não a Universidade Federal da Integração Latino-Americana, declara que cumpriu quaisquer obrigações exigidas pelo respectivo contrato ou acordo.

Na qualidade de titular dos direitos do conteúdo supracitado, o autor autoriza a Biblioteca Latino-Americana – BIUNILA a disponibilizar a obra, gratuitamente e de acordo com a licença pública [Creative Commons Licença 3.0 Unported](#).

Foz do Iguaçu, ____ de ____ de ____.

Assinatura do Responsável

Dedico este trabajo a mi familia, quienes me dan el soporte diario para alcanzar mis metas.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quisiera agradecer a mi profesor orientador, no solo por su constante guía en este trabajo, sino sobre todo por su paciencia, amistad, colaboración y apoyo brindado durante este tiempo de escritura, ya que su confianza en mí me motivo a seguir y finalizar lo que algún día solo fue un sueño. Esto realmente hizo que todo fuera más ameno, menos complicado y sobre todo menos estresante, ya que su metodología siempre fue muy dinámica y didáctica, simplemente el sentir que todo avance era valorado y cada paso era positivo contribuyo mucho.

Agradecer también a los profesores de la banca por su orientación y asesoramiento, hasta en los pequeños detalles, así como, por la disponibilidad y los consejos constructivos, dentro y fuera de aula, por verme no solo como alumno más y preocuparse por contribuir con este proyecto y ser parte de él, algo que sin duda ha quedara marcado en mí y que pondré en práctica en mi día a día fuera de la academia.

Así mismo quiero agradecer con mucho cariño a mis compañeros en general por todas las historias vividas en el aula y por el compañerismo durante todos estos años, pero en especial al Lic. Bascuñán, al Lic. Ramírez y la Abogada Hernández, por el apoyo incondicional desde mis inicios en esta carrera, sin duda ustedes han jugado un papel importante en la construcción de la calidad de persona soy hoy en día, simplemente ustedes ya saben todos lo pasado en el transcurso de mi llegada al día de hoy, han sido parte fundamental para poder culminar el curso, ya que siempre estuvieron velando por mí integridad y sobre todo les agradezco por nunca haber perdido la fe en mí y al contrario siempre rescatar lo mejor de mí y motivarme a ser mejor.

Hablando de trayectoria, también agradecer de forma abierta a cada una de las personas que formaron parte de este camino y de mi pequeña historia, André, Lucas, Bernie, Ozuna, Jarold, Ardila, Carlos, los cuales contribuyendo siempre de forma positiva tanto en lo particular cuanto, en lo académico, estando pendiente de todo el proceso debido, sin falta sonrisa en el proceso.

Finalmente, y no menos importante, ya que quien me conoce sabe que no hay

una jerarquía dentro de quienes amo y considero en mi vida, de esta forma también quiero agradecer a Dios por darme la fortaleza espiritual durante este trayecto, al universo por ser tan perfecto y ponerme siempre en sintonía con aquello que más anhelo; a mi familia, a mi padre Rainier y a mi madre Dariela, quienes siempre impulsaron todos mis sueños y nunca colocaron trabas en el camino, por el contrario fueron siempre mi pista de despegue y aterrizaje siendo mi fortaleza diaria. A mis hermanos Rod Daniels, Denisse Dariela y Mary Angel, mi primer equipo y quienes cada día me enseñan algo nuevo y de cómo seguir buscando la felicidad en lo que hago; a mis viejos, mis papitos, Rosendo, Maria, Segundo, Marina, quienes cada día con sus enseñanzas y amor, me hacen sentir el nieto más afortunado del mundo; A Natalia, mi dulce compañera, por ser ese pilar fundamental diariamente, por nunca dejarme solo y apoyarme incondicionalmente en este camino lleno de desafíos, brindándome su amor, compañía y sustento, lo cual claramente fue de mucha ayuda para poder conquistar mis objetivos.

Agradezco de forma especial a Papá Shego, Mamá Marina, Mamá Mashi y Don Ernesto Carbajal, a quienes les envío un abrazo celestial y que sin duda siempre serán parte de mi vida, de mis proyectos, de todo aquello que me proponga ya que siempre serán mis modelos para seguir y sé que donde estén, transformados en alguna parte del universo velarán siempre por mí, caminando junto.

Nuevamente gracias a cada uno de los que pasaron por el transcurrir de mis días, todas aquellas personas que estuvieron y hoy no se encuentran en tiempo y forma, decirles gracias por lo aportado y los que aún están claramente siguen sumando día a día con mi crecimiento siendo una parte positiva en mí, gracias.

*Os obstáculos existem para
serem vencidos; quanto aos
perigos, quem pode se orgulhar
de fugir deles? Tudo é perigo na
vida. **Julio Verne***

PACHECO, Júnior. **POLÍTICA DE INTEGRACIÓN DE LA PERSONA CON DEFICIENCIA: IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING SOBRE LA RECAUDACIÓN DE RECURSOS EN LA APAE FOZ**, 2023. 90 páginas. Trabalho de Conclusão de Curso Administração Pública e Políticas Públicas– Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2023.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo mostrar como as ferramentas de publicidade e marketing podem influenciar positivamente na captação de recursos em Organizações da Sociedade Civil (OSC) que implementam políticas de inclusão social. O objeto escolhido foi a Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE), que visa incluir as pessoas com deficiência (PCD), dotando-as das ferramentas necessárias, por meio dos serviços oferecidos dentro da instituição. Trata-se de um braço importante administração pública, que necessita de recursos para existir e continuar contribuindo com o objetivo principal da política pública que a OSC pretende implementar. Para cumprir esse objetivo, lançou-se mão de um estudo de caso, o da APAE do município de Foz do Iguaçu no Paraná, combinando diferentes técnicas de pesquisa: pesquisa documental, análise de dados estatísticos e entrevistas. A partir desse estudo de caso foi possível fazer uma comparação diacrônica entre duas gestões administrativas da instituição: 2015-2018 e 2019-2022. Essa comparação diacrônica mostrou que as mudanças produzidas no âmbito das estratégias de marketing e comunicação conseguiram produzir alguns dos efeitos por elas pretendidos: como o aumento da angariação de fundos, a reestruturação da imagem institucional, o estreitamento dos laços com a sociedade, entre outros pontos positivos que puderam ser apreciados ao longo da investigação e que confirmaram a hipótese inicial da pesquisa. Em termos gerais, o trabalho mostra que a profissionalização da gestão estratégica das OSC's, incluindo estratégias de comunicação e marketing, pode impactar positivamente políticas de inclusão social – seja aumentando a quantidade de receitas, tornando as despesas mais transparentes ou estreitando os laços com a comunidade. Por fim, sugere-se que novos trabalhos sejam desenvolvidos com a finalidade de estudar o tema em outras instituições para que, dessa forma, seja possível estabelecer um vínculo teórico-empírico comparativo entre as instituições, contribuindo para a profissionalização em sua gestão. instituições, especialmente em seus processos de comunicação e marketing, gerando conhecimento específico nesta área.

Palavras-chave: . políticas públicas; avaliação de políticas públicas; inclusão social; pessoa com deficiência; comunicação e Marketing.

PACHECO, Júnior. **POLÍTICA DE INTEGRACIÓN DE LA PERSONA CON DEFICIENCIA: IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING SOBRE LA RECAUDACIÓN DE RECURSOS EN LA APAE FOZ**, 2023. 90 páginas. Trabalho de Conclusão de Curso Administração Pública e Políticas Públicas– Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2023.

ABSTRACT

This work aims to show how advertising and marketing tools can positively influence fundraising in Civil Society Organizations (CSOs) that implement social inclusion policies. The object chosen was the Association of Parents and Friends of the Exceptional (APAE), which aims to include people with disabilities (PCD), providing them with the necessary tools, through the services offered within the institution. It is an important public administration arm, which needs resources to exist and continue contributing to the main objective of the public policy that the CSO intends to implement. To fulfill this objective, a case study was used, that of APAE in the municipality of Foz do Iguaçu in Paraná, combining different research techniques: documentary research, analysis of statistical data and interviews. Based on this case study, it was possible to make a diachronic comparison between two administrative terms of the institution: 2015-2018 and 2019-2022. This diachronic comparison showed that the changes produced within the scope of marketing and communication strategies managed to produce some of the effects intended by them: such as the increase in fundraising, the restructuring of the institutional image, the strengthening of ties with society, among other points. positive that could be appreciated throughout the investigation and that confirmed the initial hypothesis of the research. In general terms, the work shows that the professionalization of CSOs' strategic management, including communication and marketing strategies, can positively impact social inclusion policies - whether by increasing the amount of revenue, making expenses more transparent or strengthening ties with the community. Finally, it is suggested that new works be developed with the purpose of studying the theme in other institutions so that, in this way, it is possible to establish a comparative theoretical-empirical link between the institutions, contributing to the professionalization of their management institutions, especially in their communication and marketing processes, generating specific knowledge in this area.

Key words: public policy; evaluation of public policies; social inclusion; disabled person; communication and Marketing.

PACHECO, Júnior. **POLÍTICA DE INTEGRACIÓN DE LA PERSONA CON DEFICIENCIA: IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING SOBRE LA RECAUDACIÓN DE RECURSOS EN LA APAE FOZ**, 2023. 90 páginas. Trabalho de Conclusão de Curso Administração Pública e Políticas Públicas– Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2023.

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo mostrar cómo las herramientas de publicidad y marketing pueden influir positivamente en la recaudación de fondos en las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) que implementan políticas de inclusión social. El objeto elegido fue la Asociación de Padres y Amigos de los Excepcionales (APAE), que tiene como objetivo incluir a las personas con discapacidad (PCD), brindándoles las herramientas necesarias, a través de los servicios que se ofrecen dentro de la institución. Es un brazo importante de la administración pública, que necesita recursos para existir y seguir contribuyendo al objetivo principal de la política pública que pretende implementar la OSC. Para cumplir con este objetivo, se utilizó un estudio de caso, el de APAE en el municipio de Foz do Iguaçu en Paraná, combinando diferentes técnicas de investigación: investigación documental, análisis de datos estadísticos y entrevistas. A partir de este estudio de caso, fue posible realizar una comparación diacrónica entre dos períodos administrativos de la institución: 2015-2018 y 2019-2022. Esta comparación diacrónica mostró que los cambios producidos en el ámbito de las estrategias de marketing y comunicación lograron producir algunos de los efectos buscados por las mismas: como el aumento de la recaudación de fondos, la reestructuración de la imagen institucional, el fortalecimiento de los vínculos con la sociedad, entre otros. puntos positivos que se pudieron apreciar a lo largo de la investigación y que confirmaron la hipótesis inicial de la investigación. En términos generales, el trabajo muestra que la profesionalización de la gestión estratégica de las OSC, incluidas las estrategias de comunicación y marketing, puede impactar positivamente en las políticas de inclusión social, ya sea aumentando el monto de los ingresos, transparentando los gastos o fortaleciendo los vínculos con la comunidad. Finalmente, se sugiere que se desarrollen nuevos trabajos con el propósito de estudiar el tema en otras instituciones para que, de esta manera, sea posible establecer un vínculo teórico-empírico comparativo entre instituciones, contribuyendo a la profesionalización en la gestión de estas. instituciones, especialmente en sus procesos de comunicación y marketing, generando conocimiento específico en esta materia.

Palabras clave: políticas públicas; evaluación de políticas públicas; Inclusión social; persona discapacitada; comunicación y marketing

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1 – Tipos de Recetas utilizadas para la construcción de gráficos y tablas 23

Cuadro 2 – Tipos de Recetas Recaudadas entre 2015-2018 41

Cuadro 3 – Tipos de Recetas Recaudadas entre 2019-2022 49

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Tendencia General de la Receta Propia 2015-2018 52

Gráfico 2 - Tendencia General de la Receta Propia 2019-2022 52

Gráfico 3 - Tendencia General de la Receta Bruta de la APAE FOZ 2015-2022 53

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

ACDD	Asociación Cristiana de Deficientes físicos.
APAE	Asociación de padres y amigos de los excepcionales.
APASFI	Asociación de Padres y Amigos de los Sordos de Foz de Iguazú
ASPAS	Asociación Solidaria para Persona Autistas
COVID	Corona Virus
EPM	Estrategia de Publicidad y marketing
FEAPAES	Federación de APAES de Paraná
HPM	Herramientas de Publicidad y Marketing
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia y Estadística
INPC	Índice Nacional de Precios al Consumidor
OMS	Organización Mundial de la Salud
OSC	Organización de la Sociedad Civil
PCD	Persona con Deficiencia.
PL	Proyecto de Ley.
SEED	Secretaria Estadual de Educación del Estado de Paraná
SMED	Secretaria Municipal de Educación
TEA	Trastorno del Espectro Autista

SUMÁRIO

1 INTRODUCCIÓN	15
2 PROCEDMIENTOS METODOLÓGICOS	19
2.1 PROCESO DE INVESTIGACIÓN.....	20
3 POLITICAS PÚBLICAS DE INCLUSIÓN SOCIAL	25
3.1 CONTEXTO PANDEMIA.....	25
3.2 POLÍTICA PÚBLICA DE INCLUSIÓN DE LA PERSONA CON DEFICIENCIA.....	27
3.3 EFICACIA, EFICIENCIA Y EFECTIVIDAD DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS	30
3.4 VARIABLES CONTEXTUALES (COYUNTURA CRITICA)	33
3.5 EFECTIVIDAD DE LAS POLÍTICAS DE INCLUSIÓN REFLEJADA EN LA APAE-FOZ	35
4 IMPACTOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING EN LA POLITICA DE INCLUSION SOCIAL EN LA APAE FOZ	38
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA APAE-FOZ	39
4.2 PLAN DE MARKETING ACTUALMENTE UTILIZADO POR LA APAE-FOZ.....	42
4.3 ABORDAJE COMPARATIVO DIACRONICO SOBRE EL CONTEXTO DE LA APAE FOZ 2015-2018// 2019-2022.....	50
CONCLUSIONES	55
REFERÊNCIAS.....	60
ANEXOS	65
ANEXO 1 – CUESTIONARIOS APLICADOS APAE - FOZ.....	66
ANEXO 2– Tablas resumidas de balances.....	68
ANEXO 3 – BALANCES ANUALES 2015-2022	72

INTRODUÇÃO

La Constitución Federal de 1988, al establecer el modelo de Estado de Derecho Democrático, en Brasil, lo hizo con un marcado enfoque social, mientras que prescribió, como motivos republicanos, ya en su artículo inaugural, entre los demás, la ciudadanía y la dignidad de la persona humana. Fomentando este propósito, estableció el Legislador Constituyente, como objetivos fundamentales, la construcción de una sociedad libre, justa y solidaria, capaz de erradicar la pobreza y marginación, encaminada a reducir las desigualdades sociales y regionales, a fin de primordial promover el bien de todos (BRASIL, 1988, traducción propia).

Siendo así, para que dicha inclusión se llegue a consolidar, en este caso refiriéndonos sobre las personas con necesidades especiales dentro de la sociedad brasilera se necesitó la implementación de políticas públicas específicas, las mismas que se implementaron de forma posterior e incluso reciente, puesto que por más que al año siguiente de la promulgación de la constitución, se aprobara la Ley N.º 7.853, las mismas necesitaron desde un comienzo el apoyo de organizaciones interesadas en la problemática, puesto que las acciones existentes más visibles eran en forma de movimientos sociales como por ejemplo el que las APAES e instituciones semejantes realizan.

A diferencia de la constitución federal que fue publicada en el 88, o de la ley de inclusión del 89, la Política Nacional para la Integración de las Personas con Discapacidad se consolidaría en diciembre de 1999 y Estatuto de la Persona con Discapacidad fue creado el 9 de octubre de 2000 bajo el nombre de Estatuto de la Persona con Necesidades Especiales (PL 3638/2000), la cual fue una iniciativa del entonces Diputado Federal Paulo Paim, la cual tuvo como objetivo compendio, regulación y perfeccionamiento de todos leyes, decretos y ordenanzas destinados a ayudar a las personas con discapacidad.

Dicha iniciativa, así como otras que se fueron realizando a lo largo del desarrollo de dicha política, se realizó con el fin de hacer valer lo que yace en la constitución. A lo que se demostró que el trabajo en conjunto de las organizaciones y la administración pública contribuye de forma positiva para que dicha política pública fuese cada vez más eficaz en alcanzar los objetivos deseado.

De esta forma, se valoró aún más el accionar de las organizaciones de la sociedad civil (OSC), ya que juegan un papel importante en la configuración de las

políticas públicas y la aplicación de estas. Mediante la promoción de cambios, la realización de investigaciones, la prestación de servicios y el seguimiento y la evaluación de la implementación de políticas. Su contribución al desarrollo de políticas públicas es esencial para garantizar que las políticas respondan a las necesidades de las comunidades y promuevan el desarrollo social, económico y político. Como es el caso de que se mencionaba anteriormente de las Asociaciones de Padres y Amigos de los excepcionales (APAE).

Las APAES son organizaciones sin ánimo de lucro que buscan promover la inclusión social y la calidad de vida de las personas con discapacidad intelectual, física, sensorial, pluri discapacidad y/o trastornos del espectro autista (TEA). Estas entidades ofrecen diferentes servicios para cubrir las necesidades específicas de cada individuo, en diferentes grupos de edad y con diferentes grados de compromiso. Actualmente, hay 2.227 APAES repartidos por todo Brasil.

En general, las APAES ofrecen servicios de asistencia social, como orientación y apoyo a las familias y derivación a servicios de salud y educación. También brindan servicios de salud, con atención médica, odontológica y fisioterapéutica, así como terapia ocupacional, logopedia y psicología. En el área de educación, las APAES ofrecen escuelas especializadas, con currículo adaptado y docentes capacitados para atender las especificidades de cada discapacidad.

Además, las APAES también ofrecen programas de inclusión social, como actividades culturales, deportivas y de esparcimiento, que buscan estimular el desarrollo social y emocional de las personas atendidas. Estas actividades son clave para promover la integración social y reducir los prejuicios y la discriminación.

En el caso específico de la APAE Foz do Iguaçu esta fue fundada un 18 de octubre de 1977 en la ciudad de Foz de Iguazú y actualmente completa 45 años de funcionamiento, realizando actividades en pról. de la persona con deficiencia. Ofreciendo los servicios anteriormente detallados.

A lo largo de su trayectoria, se ha consolidado como una institución de referencia regional, no solo por la amplitud de trabajo que brinda a la comunidad, sino también por la forma directa de representar a la persona con deficiencia, así como brindar los medios para la inclusión de esta y así cumplir fielmente el foco de la política pública de integración de la persona con deficiencia.

A lo que es importante resaltar que las APAES juegan un papel fundamental en

la promoción de la inclusión y dignificación de las personas con discapacidad. Estas instituciones son esenciales para garantizar el acceso a servicios de calidad y para combatir la exclusión social, la discriminación y los prejuicios.

Es así como vemos que esas organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro u organizaciones de la sociedad civil operan independientemente del gobierno y están impulsadas principalmente por los intereses y valores de sus miembros y electores.

Por otro lado, cabe resaltar que dicha efectividad de las acciones realizadas por estas instituciones se encuentra relacionadas directamente a los recursos que puedan captar o generar, ya que todo depende de dichos ingresos para poder bancar con los gastos que se realicen.

Al presentar una ligación directa entre cómo mantener los servicios ofrecidos con los recursos, ciertamente es un factor que compromete la existencia de la institución. Por más que en el caso de la APAE Foz esta reciba apoyo directo y constante de tanto de la federación de APAES tanto como del municipio y estado, esta se ve obligada a generar propios recursos para mantener una receta mayor.

Puesto que, dentro de estos ingresos fluctuantes que las acciones sumatorias pueden generar un diferencial en los recursos que entrarían, pudiendo afectar de forma positiva o negativa. Esto muestra que a menudo se tiene que trabajar en colaboración con gobiernos, entidades del sector privado y otras partes interesadas para avanzar en sus objetivos.

De esta forma el objetivo de este trabajo es poder identificar como las estrategias de publicidad y marketing impactan en la eficiencia de la política de integración de personas con discapacidad, afectando así la captación de recursos de las OSC.

Para mostrar este efecto, se optó por un estudio de caso, eligiendo para ello una OSC que implementa directamente esa política pública, la APAE - Asociación de Padres y Amigos de los Excepcionales de Foz do iguaçu.

La operacionalización de esta metodología implicó la recolección de datos de fuentes primarias y secundarias: entrevistas, documentos institucionales, datos de Fan page y redes sociales y proyectos de comunicación.

Finalmente, para probar empíricamente los impactos de las estrategias de comunicación y marketing en la política de integración de las PCD, se realizó una

comparación diacrónica entre los periodos 2015-2018 y 2019-2022, considerando tanto la estrategia de comunicación anterior como los resultados alcanzados.

Como resultado, se busca mostrar cómo las estrategias de publicidad y marketing influyen e interfieren en la captación de fondos de las organizaciones de la sociedad civil (OSC), las cuales son un brazo muy importante de la administración pública, ya que realizan y abarcan el objetivo principal de la política pública, en el caso de APAE FOZ, es velar por el cumplimiento de la política de integración de personas con discapacidad.

Este trabajo está estructurado a principio por:

Introducción, donde se mostrará brevemente de lo que se irá a tratar a lo largo del trabajo y brindará una contextualización a los lectores.

En el capítulo metodológico, en esta parte del trabajo se relatará como fue desarrollada nuestra metodología y como esta se llevó a cabo en la recaudación de información.

En el capítulo teórico, aquí presentaremos fundamentos del área, el cual buscaremos vincular con las informaciones recaudadas, así como contrastar y fundamentar nuestro trabajo.

En el capítulo empírico, mostraremos informaciones que pretender contribuir con nuestro objetivo final, a fin de darle un cierto grado de respuesta fundamenta a base de lo vivenciado en la investigación. Así como profundizar un poco más de las situaciones analizadas, así como también se mostró algunos datos relevantes obtenidos de la investigación empírica desarrollada en el presente estudio.

Finalmente, las conclusiones y consideraciones finales, en las cuales plasmamos las ideas obtenidas y la forma critica de lo que se puede hacer o dejar de hacer respectivamente.

2 PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

La presente investigación se produjo por medio de métodos científicos mixtos, tanto métodos cuantitativos y cualitativos, los cuales contribuyen en el desarrollo de nuestro trabajo. El cual también se encaja dentro del carácter social, puesto que lleva como pilar principal, analizar, comprender y a profundar de forma específica las políticas de inclusión de la persona con discapacidad en Brasil.

Este trabajo tiene por naturaleza ser una Investigación aplicada, así como por finalidad el desarrollar conocimientos, métodos y finalmente una solución que se pueda aplicar en la práctica dentro de nuestro contexto anteriormente detallado. En esta parte de la investigación, la intención es relatar como fue el camino para la estructuración del cambio que se pretende realizar y de cómo este fue experimentado durante el periodo seleccionado.

En cuanto al objetivo, la investigación científica se puede clasificar en tres modalidades: exploratoria, descriptiva y explicativa. Cada uno maneja el problema a su manera peculiar. La investigación exploratoria “tiene como objetivo proporcionar una mayor familiaridad con el problema” (GIL, 1991, p. 45, traducción propia). La investigación descriptiva adopta “como meta primordial es la descripción de las características de una determinada población o fenómeno” (GIL, 1991, pág. 46, traducción propia). Por otro lado, la investigación explicativa, por su parte, “tiene como preocupación central identificar los factores que determinan o contribuyen a la ocurrencia de los fenómenos” (GIL, 1991, p. 46, traducción propia).

En este caso, tipo de investigación utilizada fue descriptiva y explicativa en relación con los objetivos, ya que, según Gil (1991), proporciona una proximidad a la problemática, así como propicia identificar los factores que determinan o contribuyen a la ocurrencia de hechos específicos.

En este sentido, para la construcción de hipótesis, nuestra metodología involucra los procedimientos para la recolección de los datos antes mencionados se realizaron a través de una investigación bibliográfica y documental, las cuales darán sustento y credibilidad al trabajo.

El cual como antes mencionado tendrá un enfoque cuantitativo y cualitativo, con el objetivo de relacionar los datos sobre los resultados de las estrategias ya aplicadas, para su interpretación. Así como también se realizaron entrevistas específicas a personas puntuales que tuvieron experiencias directamente vinculadas

al problema investigado.

Algunos de los datos analizados se transformarán en gráficos e infografías para una mejor visualización y alimentación de nuestro trabajo. Así como, los mismo se verán analizado e interpretados dentro del abordaje diacrónico comparativo, tanto en cantidad como en calidad, ciertamente de forma deflacionada (a precios de diciembre 2022), con el fin de establecer valores porcentuales que pudiesen dar sustento a nuestra hipótesis.

Tal como lo sustentan Schneider, Fujii y Corazza (2017) al señalar que, en la investigación científica, la metodología cualitativa puede apoyarse en la investigación cuantitativa, con el fin de favorecer “un análisis estructural del fenómeno con métodos cuantitativos y un análisis procedimental a través de métodos cualitativos” (Schneider, Fujii, Corazza, 2017, p.569, traducción propia).

3.1 PROCESO DE INVESTIGACIÓN:

Una vez idealizada y estructurada la forma de como seria abordada la metodología mixta y definidas las forma, estructura, procedimientos a llevar a cabo y finalidad del presente trabajo. Se decidió dar comienzo al trabajo, tocando el contexto donde surge el nacimiento de la hipótesis utilizada, La cual se basa a partir de la cuestión: ¿Estrategias de publicidad y marketing puede producir efectos concretos em políticas de inclusión social conducida por OSC?; si las herramientas de publicidad y marketing influyen en la recaudación de recursos de la APAE FOZ; contexto el cual sin duda influyo en la aceleración y adaptación al crecimiento proceso tecnológico, así como fue determinante para una mejor visibilidad de la problemática esta investigación.

Como consecuente, basándonos en la primera parte de nuestra presente metodología mixta, en lo que se refiere a métodos cualitativos, es necesario tener en cuenta los tipos que se utilizaran. Se esta forma en el capítulo teórico, presentaremos también una revisión de tópicos que envolverán literaturas, los cuales ayudaran a poder fijar ciertos conceptos como efectividad, eficiencia, eficacia y como estos se desarrollan en las políticas públicas, así como analizar la política específica del PCD con respecto a esos temas.

La investigación bibliográfica, o fuentes secundarias, abarca toda la bibliografía ya hecha pública en relación con el tema de estudio, desde publicaciones separadas, boletines, diarios, revistas, libros, investigaciones,

monografías, tesis, material cartográfico, etc., hasta medios de comunicación oral, radio, cinta magnética y grabaciones audiovisuales: cine y televisión. Su finalidad es poner en contacto directo al investigador con todo lo que se ha escrito, dicho o filmado sobre un tema determinado [...] (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 183, traducción propia).

Siendo así la investigación y análisis literario es de suma importancia para poder contribuir con la contextualización del proyecto de forma técnica y así facilitar el entendimiento de la realidad empírica que nos sumergiremos.

Así mismo, se continuo la investigación la realización de un análisis documental, así como el reconocimiento de fuentes primarias útiles para seguir dando argumento al trabajo. Recurriendo principalmente a fuentes primarias, el estatuto de la PCD, decreto y leyes promulgados, actas de fundación, artículos referentes al tema, relatorios anuales, balances generales, páginas web oficiales (justicia federal, federación de la APAES, etc.), con el fin de poder rescatar los datos necesarios para obtener una comprensión optima del contexto donde se desarrolló esta pesquisa.

La característica de la investigación documental es que la fuente de recolección de datos se restringe a los documentos, escritos o no, constituyendo lo que se denominan fuentes primarias. Estas pueden realizarse en el momento en que ocurre el hecho o fenómeno, o posteriormente (MARCONI; LAKATOS, 2003, pág. 174, traducción propia).

La recolección de datos surgió a partir de la construcción del abordaje cualitativo, porque si bien teníamos una problemática, era necesario contrastar y mostrar donde exactamente se puede ver repercutido. De esta forma, se fue viendo un desarrollo de actividades en conjunto con la APAE FOZ, que a lo largo de la historia de la administración pública brasileña, contribuyo con la sociedad para la validación de los derechos de los niños, jóvenes y adultos con necesidades especiales, a través de la prestación de asistencia médica y educativa, así como su participación en proyectos y parcerías con entidades que promueven su inclusión en el mercado laboral. Generando también testimonios, los cuales serán mencionados y citados durante el desarrollo posterior del trabajo, brindando un valor demostrativo simbólico, pero son de suma importancia para mostrar un aspecto tangible y cercano a la realidad diaria, porque finalmente ellos forman parte del público albo de la política pública en acción.

La investigación cualitativa implica estudiar el uso y recopilar una variedad de materiales empíricos: estudio de casos; experiencia personal; conocimiento; historia de vida; entrevista; artefactos; textos y producciones culturales; textos

de observación, históricos, interactivos y visuales, que describen momentos y significados rutinarios y problemáticos en la vida de los individuos (DENZIN; LINCOLN, 2006, pág. 17, traducción propia).

De esta forma, en el camino de analizar si las herramientas de publicidad y marketing pueden influir en la recaudación de recursos dentro de la APAE FOZ, o de ver el cómo se ejecutan en la práctica, pudo generar conocimientos, feedbacks, entre otros contenidos que servirían para poder mostrar el impacto de dichas herramientas sobre la recaudación de fondos de las OSC's.

Informaciones que se deben considerar de suma importancia, ya que este trabajo, al presentar también un carácter social está condicionado a requerir una recopilación de materia empírico.

De esta forma para finalizar, como parte de los objetivos específicos se encuentra la recolección y posterior análisis de datos cuantitativos, las mismas que fueron recopiladas por medio de investigaciones documentales de los balances anuales de la APAE FOZ, referente a los años 2015-2022.

El uso de métodos cuantitativos tiene como objetivo sacar a la luz datos, indicadores y tendencias observables o producir modelos teóricos de alta abstracción con aplicabilidad práctica [...] datos estadísticos sobre hechos, considerados datos objetivos, por lo tanto, valores y creencias son realidades subjetivas que sólo puede entenderse a partir de análisis cuantificables (Hughes, 1983; MINAYO, 2014, p. 56).

Dicha recopilación no solo mostro la cantidad exacta de ingresos que la organización en estudio vino recaudando en dichos periodos, sino también facilito la clasificación de los tipos de receta que se recibe.

Con esto se tomó la libertad de definir y englobar los tipos de Ingresos recaudado por la APAE FOZ, con base y semejanza de los tipos de ingresos públicas, considerando su origen y el motivo de entrada.

Realizado con el fin de familiarizar el tema, ya que la presente institución trabaja juntamente con órganos públicos. De esta forma los tipos de receta de la APAE FOZ se clasificaron de la siguiente manera:

Cuadro 1 – Tipos de Recetas utilizadas para la construcción de gráficos y tablas.

TIPOS DE RECEITA NA APAE FOZ	
RECEITAS PROPRIAS	Entradas resultantes de actividades originalmente propiciadas.

RECEITAS DE TRANSFERENCIA	Entradas derivadas de la transferencia de recursos entre algún ente superior e la institución (APAE FOZ).
RECEITAS DE CAPITAL	Entradas resultantes de operaciones financieras.
OUTRAS RECEITAS	Entradas que presentan características no permiten su inclusión en las demás clasificaciones de ingresos corrientes.

Fuente; Elaboración propia, adaptada y basada en términos de la LEY No 4.320 (1964).

La anterior tipificación de recetas facilitaría el entendimiento y visualización de los tipos de ingresos que la APAE FOZ recauda, así cómo, como los mismos son propiciados y hacia donde van destinados.

Puesto que finalmente estas informaciones serán analizados y evaluados en razón al grado de ingreso, grado de influencia que se puede tener sobre ellos, lo que permitiría una mejor interpretación de los datos, con el fin de buscar mostrar los resultados después de ser implementada la estrategia.

Dichos valores como antes mencionado se relacionaron con relación a diciembre del 2022, para poder tener una noción exacta de valores comparativos. La deflación realizada se produjo mediante la utilización de la calculadora del ciudadano del Banco Central de Brasil, con el índice de corrección INPC (Índice nacional de precios al consumidor), puesto que al ser seleccionado la receta propia la cual era generada por acciones directas de la institución y destinadas a cubrir gasto propio se consideró la más apta para poder generar la deflación. Siendo esta dónde recaería directamente los efectos de la aplicación de las Herramientas de Publicidad y Marketing.

También no se desconsidera ingresos como el Nota Paraná, ya que por más de no encajarse en las recetas propias y si en las de transferencia por la forma como este ingresa a la institución, esta representa un buen porcentaje de los ingresos que se consideran variables, puesto que el uso de este recurso tiene las mismas características que el de las recetas de las propias, así como el grado de poder influir directamente en el monto a quererse recaudar, por medio del incentivo a las

donaciones de cupones fiscales.

Se optó por la presente clasificación, a fin de mostrar de forma tangible la presencia o no de cambios, en específico en la receta generada de forma propia, ya que, al entrar de forma directa a la caja de la institución, presentan la característica de ser abiertos a influencias sobre las mismas para un futuro aumento. También cabe destacar que por efecto reacción, aumento en los convenios es visible, los cuales representan un gran porcentaje de los fondos recaudados, así mismo se detallarán mucho más, en el capítulo empírico.

De esta forma los datos extraídos de los balances generales realizados en la APAE FOZ y posteriormente siendo organizados en Excel de forma tabulada, conllevarían a la obtención de gráficos, los cuales plasman y presentan de forma más dinámica la comparación de los datos entre los periodos estudiados, con el objetivo de visualizar los cambios y mejoras dentro de la institución.

3 POLITICAS PÚBLICAS DE INCLUSIÓN SOCIAL

Como se menciona al comienzo del presente trabajo, la Constitución brasilera del 88 nos trae objetivos fundamentales como la construcción de una sociedad libre, justa y solidaria, con el fin de ser capaz de erradicar la pobreza y marginación, así como poder reducir las desigualdades sociales y regionales del país, a fin de promover el bien de todos.

Partiendo de esta premisa, se tiene claramente plasmada en la constitución, la matriz teórica; mostrando hacia donde se apunta llegar como sociedad, teniendo en cuenta un panorama más inclusivo y equilibrado.

El cual es alcanzable, mediante el trabajo en conjunto con OSC's específicas, las cuales pueden ser un brazo muy útil de la administración pública, para llegar a concretizar los objetivos relacionados con nuestro público albo.

Finalmente, cabe resaltar que en este capítulo se abordarán conceptos claves, los cuales se encuentran relacionados a la investigación, y los cuales visan contribuir con la contextualización del problema, así como el entendimiento de este.

3.1 CONTEXTO PANDEMIA

Desde que la Organización Mundial de la Salud (OMS) anunció que estaba ocurriendo una pandemia, muchas cosas han cambiado de la noche a la mañana, desde como asimilar una gran cantidad de información generada en una fracción de tiempo cada vez más corto, hasta como catalogar el accionar de un país delante de las crisis presentes, esto incluye la forma como medimos el nivel influencia sobre las políticas sociales.

Sin duda la pandemia de COVID-19 condujo a muchos países a enfrentar un desafío nunca visto, desafío del cual claramente Brasil no quedaría fuera.

De esta forma para contener la pandemia, Brasil, como casi todos los demás países, implementó medidas de contingencia con el fin de frenar la propagación del virus, con el objetivo de evitar sobrecargar el sistema de salud con una gran cantidad de pacientes en estado grave.

Medidas las cuales, si bien fueron positivas para poder contener la crisis sanitaria causada por el Covid-19, por otro lado condicionaron de forma directa en la economía del país, ya que dichas limitantes o restricciones de actividades hacía que

se generara un buen flujo económico en nuestra sociedad se fuese cortando cada vez más hasta tal punto de afectar de forma negativa, ocasionando que muchas personas perdieran negocios y emprendimientos, o instituciones cerraran ya que ciertas actividades que propiciaban el sustento y manutención se vieron cortadas por falta de capital o redireccionamiento de presupuestos a asuntos más críticos.

Lo que claramente también afectó a las instituciones que auxilian a la administración pública, condicionando, así como esta contribuye con las políticas públicas establecidas, por medio de su función social.

Como sucedió con el caso de la APAE FOZ, la cual es una organización de la sociedad civil que brinda de forma directa un servicio a la comunidad. La cual se vio afectada por los recortes dentro de los convenios vigentes tales como con el SUS; la reducción del porcentaje de repase del Nota Paraná; repase de la prefectura municipal, así como pérdidas de donaciones y disminución de la participación en actividades de recaudación, por el hecho que los contribuyentes se encontraban sin el capital respectivo, así reclusos en sus viviendas.

Frente a ese panorama antes expuesto la APAE Foz tuvo que tomar decisiones y realizar acciones adaptadas a dicha realidad, lo cual incluyó una reorganización de funciones, renegociación de salarios para mantener el solvente de la entidad, adaptación de actividades a un nivel digital, ya que el contacto humano se encontraba limitado en dicho momento.

Esto claramente en un inicio fue desconcertante y desestabilizador, pero con el pasar del tiempo, dicha situación permitió que la APAE Foz pudiese experimentar nuevos panoramas y explotar otro tipo de actividades, generando una nueva ventana de oportunidades, que contribuían con continuar realizando el trabajo pertinente y poder así mostrarlo al pueblo de cierta forma.

3.2 POLÍTICA PÚBLICA DE INCLUSION DE LA PERSONA CON DEFICIENCIA

Según SECCHI (2013), una política pública es una directriz elaborada para enfrentar un problema público, y en este un problema que se prevé desde la Constitución.

Pero antes de analizar la funcionalidad de las políticas públicas creadas a partir de la Ley Brasileira de inclusión de la Pessoa con Deficiencia, así como del Estatuto da Pessoa con Deficiencia, fruto de varios movimientos referentes a las personas con deficiencia, tales como Movimento pelos Direitos de las Personas Deficientes (MDPD) o como el movimiento de la Asociación de padres y amigos de los excepcionales APAE.

Cabe recordar que en el Art. 2do. de la ley 13.146, se menciona que:

corresponde a los órganos y entidades del Poder Público garantizar que las personas con discapacidad ejerzan plenamente sus derechos básicos, incluidos los derechos a la educación, la salud, el trabajo, el deporte, el turismo, el ocio, la seguridad social, la asistencia social, el transporte, los edificios públicos, vivienda, cultura, manutención del hijo y de la maternidad, y otras que, derivadas de la Constitución y las leyes, proporcionen su bienestar personal, social y económico. (ley 13.146/2015, traducción propia)

Así como resaltar que, en Brasil, un país de 214 millones, de acuerdo con el Instituto Brasileiro de Geografía e Estadística (IBGE), actualmente posee un 24% de su población con algún tipo de deficiencia, el cual da un aproximado de 45 millones.

Por consecuente, refiriéndonos al estado sureño de Paraná, este terminaría poseyendo un aproximado del 8% de su población con algún tipo de deficiencia según el IBGE.

Finalmente, en lo que respecta a Foz de Iguazú, una ciudad con un aproximado de 259 mil habitantes según el último censo de 2022 se aprecia que un 20% de la población Iguazuense posee alguna discapacidad, dando un aproximado de 51mil personas, siendo portadores de necesidades visuales, auditivas, física o motora y mentales.

Lo cual, para hacer frente a dicho panorama, el cual presentaba una serie de complicaciones, fue acompañado por el surgimiento de instituciones que visarían contribuir con el cuidado y ayuda para las personas con deficiencia, a fin de contrarrestar al problema público.

Para ello, como mencionaba SECCHI (2013), todo parte de como encaramos un problema, partiendo desde el querer cambiar una situación actual por una situación ideal, así como de contener alguna calamidad, hasta el hecho de prestar atención a problemas que no se les dio el debido atendimento en su momento y hoy en día se “aprendieron” a vivir con ellos. Son situaciones en las cuales los actores de la política pública se centran en ir identificando.

Esto no tuviese hoy en día, la repercusión y alcance que se tiene, si no fuese por el trabajo conjunto realizado con las OSC, interesadas en la problemática social antes mencionada, puesto que estas han conseguido potencializar y ayudar de forma positiva a que la inclusión de la persona con discapacidad sea más eficaz en el día a día.

Partiendo de dicha implementación, surgieron varias políticas públicas con el fin de integrar, incluir, defender, entre otros objetivos, al PCD a nuestra sociedad, para que de esa forma se puede deconstruir más ese paradigma capacitista que se tiene sobre ellos.

De esta forma se muestra que no todo depende solo de lo que las leyes van a estipular, puesto que, para resolver dicho problema, se han de necesitar acciones conjuntas con las instituciones aliadas a las políticas públicas, en este caso las Organizaciones de la Sociedad Civil que se importasen por el tema.

Esto claramente fortalece lo que SECCHI menciona sobre el abordaje multicéntrico de las políticas públicas, ya que “La esencia conceptual de la política pública es el problema público. Exactamente, por lo tanto, lo que define si una política es pública o no es su intención para responder a un problema público, no si el tomador de decisiones es una persona jurídica estatal o no estatal. Son los contornos de la definición de un problema público que le da a la política el adjetivo “público”.” (SECCHI, 2013, p.5, traducción propia)

Por otro lado, cabe resaltar y recordar que no todas las organizaciones sin fines de lucro son una ONG, como, por ejemplo: clubes filantrópicos, hospitales y escuelas privadas, sindicatos, movimientos de instituciones, universidades privadas, cooperativas, entidades ecuménicas y asistenciales, fundaciones empresariales, asociaciones civiles de mutuo beneficio, entre otros. A pesar de toda organización de la sociedad civil sin fines de lucro es una ONG.

Hay una serie de marcas contrastantes que diferencian a las ONG: no gubernamentales, sin fines de lucro, que no forman parte de estructuras más grandes, no son representativos, no financian. Sin embargo, para ser positivo, es necesario

recordar su corta pero característica historia. En nuestro sentido estricto, Las ONG nacieron dentro de un circuito de cooperación global proporcionó canales no oficiales de apoyo internacional a proyectos sociales característicamente se realiza a nivel local o a nivel micro fueron los únicos en hacerlo (iglesias y sindicatos, por ejemplo, también involucrados), pero se convirtieron en expertos en el tema. la independencia facilitaba las conexiones internacionales no oficiales y su pequeño tamaño era favorable para la inmersión local. Por lo tanto, eran libres de hacer la medición entre agendas internacionales y locales, especializándose en proyectos que tienen sentido en ambos extremos del programa de "desarrollo" (NAVES 2003, p.570, traducción propia).

En algunos casos, las ONG trabajan en alianza con el Estado, obtienen recursos a través de financiamiento de gobiernos, empresas privadas, venta de productos y de la población en general (a través de donaciones). Tienen gran parte de su plantilla formado por voluntarios.

Según Costa (2005), Las OSC actúan sobre una variedad de temas que afectan a la sociedad en el ámbito de la asistencia social, la salud, el medio ambiente, la cultura, la educación, el ocio, el deporte, etc. En la mayoría de los casos brindan asistencia en las áreas de asistencia social, educación y salud a personas y familias que se encuentran al margen del proceso productivo o fuera del mercado laboral. Actúan fuertemente en la sustentabilidad socioambiental. No son de propiedad estatal, aunque mantienen vínculos y muchas veces reciben transferencias de dinero público.

Pero para que dichas políticas públicas y leyes tuviesen aún más peso y mayor capacidad de solución dentro de la sociedad brasilera, también se presenciaron acciones no solo por parte de los agentes públicos pertinentes sino también el trabajo conjunto de individuos de la sociedad, que se fueron con el tiempo agrupando para conseguir aportar de forma positiva a la causa.

De esta forma se pudo presenciar una creciente estructuración de organizaciones de la sociedad civil, las cuales se creaban con el fin de buscar alternativas para su contribución con dichas leyes o políticas públicas, pudiendo ser de forma asistencial o analítica para una futura reestructuración y posible mejora.

Siendo la APAE un claro ejemplo, el cual comenzó siendo uno de los mayores movimientos de asistencia a la persona con discapacidad y continua hasta la actualidad. Aunque en un comienzo se enfocó en brindar asistencia a las personas con discapacidades intelectual y múltiples, hoy en día muchas APAES brindan más que los servicios de terapias, sino también como por ejemplo la APAE FOZ, brinda los

servicios de escolaridad que juntos con los brindados en su sector salud complementas las herramientas necesarias para conseguir la autonomía necesaria para lograr dicha inclusión.

Así como la APAE FOZ, tenemos la presencia del trabajo de entidades de similar misión, como por ejemplo la APASFI – Asociación de Padres y Amigos de los Sordos de Foz de Iguazú, que realizan apoyo y atendimento a las personas con discapacidad auditiva o también la ACDD – Asociación Cristiana de Deficientes Físicos, la cual brinda también atendimientos de terapias y ayuda para personas comprometidas.

Durante este periodo se pudo conocer un poco de la realidad de las organizaciones pertenecientes al Tercer Sector, la lucha e implicación diaria de las personas que trabajan por una causa y la búsqueda incansable de recursos económicos, materiales y humanos que enfrentan estas organizaciones para dar continuidad al trabajo desarrollado. Durante este período, se pudo constatar la importancia de la Comunicación y las acciones desarrolladas por la institución con el objetivo de promover la causa y recaudar fondos.

3.3 EFICACIA, EFICIENCIA Y EFECTIVIDAD DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

Para Arretche (1999), es posible distinguir tres criterios para evaluar las políticas públicas: eficacia, eficiencia y efectividad. Otros autores prefieren utilizar el criterio de impacto en lugar de efectividad; sin embargo, podemos entender que ambos pretenden evaluar la dimensión de los resultados sociales de una política pública.

La eficiencia se puede entender como el grado en que se cumplen los objetivos de una iniciativa al menor costo posible. El no cumplir cabalmente los objetivos y/o el desperdicio de recursos o insumos hacen que la iniciativa resulte ineficiente (o menos eficiente). Por lo tanto, para ser eficiente, una iniciativa tiene que ser eficaz.

Esto nos muestra que la eficiencia y la eficacia son palabras similares y, a menudo, se consideran sinónimos. Sin embargo, existen diferencias sutiles en la definición y el uso de ambos términos. Por un lado, la eficiencia es el acto de “hacer las cosas bien”, mientras que la eficacia es “hacer las cosas correctas”.

En el ámbito del Derecho Público del Estado contemporáneo tiene por objeto

la satisfacción de determinadas necesidades sociales, vinculándose al cumplimiento eficiente de los fines sociales y fácticos a que está destinado. La eficiencia no puede entenderse sólo como maximización de utilidades, sino como un mejor ejercicio de las misiones de interés colectivo que le incumben al Estado. (ARAGÃO, 2012, p.375, traducción propia).

Por otro lado, la efectividad de una política pública está ligada a la relación entre los objetivos de su implementación y los resultados.

En efecto, según Arretche (1999), se verifica la efectividad de una determinada política pública, cuando esta alcanza los objetivos definidos en su implementación y sus impactos y/o resultados, es decir, su éxito o fracaso, en términos de un cambio efectivo en las condiciones sociales de las poblaciones alcanzadas por el programa.

Sobre este criterio escriben Figueiredo & Figueiredo, 1986 (apud Arretche, 1999, p.34): “La evaluación de la efectividad es entendida como la evaluación de la relación entre los objetivos e instrumentos explícitos de un determinado programa y sus resultados efectivos”.

Así mismo, “como el compromiso de los beneficiarios, los diferentes grupos de interés, el tercer sector, las autoridades legislativas y ejecutivas es fundamental para que la implementación de las acciones sea efectiva y sostenible”. (Acselrad y Leroy, 1999, traducción propia).

La participación de la sociedad civil en la gestión de las políticas públicas es un elemento que fomenta la efectividad, puesto que, “la capacidad de la población para defender sus intereses es un ingrediente clave en el proceso de efectividad de las políticas públicas para el desarrollo” (Arretche, 1999, traducción propia).

De esta forma, la importancia de evaluar radica en la posibilidad de mayor equidad y sostenibilidad, es decir, garantizar la capacidad de continuar los efectos benéficos de los programas, permitiendo una distribución justa y compatible y haciendo más sensato y efectivo el gasto y las acciones públicas. de las políticas frente a las presiones sobre el Estado.

Lo que, a su vez presenta varias barreras a ser confrontadas por el tercer sector, las partes de recaudación de recursos, pero la más notoria porque termina afectando los costos administrativos. Pero claro está que, a diferencia de otras cuestiones sociales con respecto a otros programas como “quienes trabajan con la inclusión de egresados o jóvenes en conflicto con la ley e incluso para la inclusión de los adultos mayores, terminan sin recibir tanto apoyo” (DIMENSTEIN, 2005).

Es así como se vuelve muy importante el hacer que los donadores se sientan integrantes y parte activa del trabajo en conjunto, así como mostrar lo importante que es involucrarse, ya que hace una gran diferencia en el trabajo de la organización. “La entidad necesita adoptar varias estrategias para difundir estos resultados entre sus empleados, como, por ejemplo, circulares, boletines, cartas, eventos comunitarios, entre otros. Esto requiere necesariamente poner a disposición parte de los fondos recaudados” (CICCA, 2014).

Dentro de las acciones que son tomadas hoy en día para poder potencializar la captación de recursos, se encuentran el uso de técnicas y métodos de visibilidad y marketing. Las cuales ayudan de manera positiva a organizar las mejores formas de difundir la imagen institucional y trabajos realizados por medio de una mejor comunicación con su público objetivo.

De esta forma como mencionaba KOTLER (2017), el seguir una especie de modelo de gestión sobre dichas acciones de difusión, vuelven estas transformadoras, ya que influyen a nivel comportamental, individual e incluso colectiva. De esta forma se muestra que “el marketing social es el uso de técnicas y herramientas de marketing tradicionales para promover la adopción de comportamientos que mejorarán la salud y el bienestar de un público objetivo específico o de la sociedad en su conjunto.” (SINA; SOUZA, 1999, p.27, traducción propia).

En la visión de Albuquerque (2006), La captación de recursos es un trabajo que está ganando bastante visibilidad en las organizaciones del tercer sector. De esta forma según Tachizawa, la captación de recursos puede ser conceptuada como:

Búsqueda de recursos (no exclusivos, pero sí predominantemente financieros) como forma de lograr la misión de una entidad, implementando programas y proyectos de organizaciones del Tercer Sector. Conjunto de técnicas diseñadas para organizar y potenciar la búsqueda de recursos. (TACHIZAWA, 2004, p. 303, traducción propia).

En definitiva, se puede decir que el marketing del Tercer Sector o marketing social es la gestión estratégica del proceso de cambio social, basado en la adquisición de nuevos comportamientos, actitudes y prácticas, a nivel individual y colectivo, guiados por determinaciones éticas, basado en los derechos humanos y la equidad social.

3.4 VARIÁVEIS CONTEXTUAIS (CONJUNTURA CRÍTICA)

Las OSC actúan sobre una variedad de temas que afectan a la sociedad en el ámbito de la asistencia social, la salud, el medio ambiente, la cultura, la educación, el ocio, el deporte, etc. Para Costa (2005) la mayoría de los casos brindan asistencia en las áreas de asistencia social, educación y salud a personas y familias que se encuentran al margen del proceso productivo o fuera del mercado laboral. Actúan fuertemente en la sustentabilidad socioambiental. No son de propiedad estatal, aunque mantienen vínculos y muchas veces reciben transferencias de dinero público.

Ante la actual coyuntura política, social y económica que ya viene padeciendo la reducción de las políticas públicas y agravada por la pandemia del COVID-19, éstas representan un desafío muy grande para la gobernanza de las OSC. La desaceleración económica ha limitado los recursos provenientes del sector privado y del propio sector público, que antes se destinaban a la Responsabilidad Social. Como los recursos son específicos y los encabezados están vinculados a proyectos, la mayoría de las OSC tienen dificultades para pagar los gastos generales administrativos.

A raíz de esta situación, tendrán que reinventarse y depender menos de las donaciones. Una de estas formas sería vender productos y servicios sociales. Incluso si se produce la incidencia de la tributación de productos y servicios, estos pueden ser planificados para convertirse en una fuente de ingresos para gastos indirectos. Para que esto suceda, la OSC necesita fortalecer su identidad, dejando claro su objetivo, cómo se forma, cómo se expresa en el panorama regional y cómo traerá beneficios a la calidad de vida y crecimiento de los ingresos de la población más vulnerable.

La rendición de cuentas, que puede traducirse como control, inspección o incluso rendición de cuentas, es fundamental para la credibilidad y la recaudación de fondos de las OSC. Por lo tanto, uno de los mayores desafíos es mejorar la calidad y eficiencia de los servicios con un enfoque en los resultados.

De esta forma según Tozzi (2017), en un universo de recursos cada vez más escasos y de aumento en el número de OSC, solo sobrevivirán los más efectivos, es decir, aquellos que presenten los mejores resultados (cuantitativos y cualitativos) con el menor costo en la ejecución de los proyectos. Esto demanda también profesionales experimentados y capacitados en la gestión de organizaciones y en el desarrollo de

proyectos.

Siendo así por causa de sus impactos dichas coyunturas, abre una ventana de oportunidades para que diferentes formas de hacer las cosas sean consideradas, implementadas y produzcan legados. Así como en su momento fue la crisis de 1929, o la segunda guerra mundial, o la crisis de 2008, en la actualidad presenciamos la pandemia del covid-19.

Uma conjuntura crítica implica, primeiro, a presença de mudanças estruturais a serem enfrentadas pelos casos analisados; em segundo lugar, formas diversas, em cada caso, de reação a essas mudanças e, por fim, a produção (ou não) de legados distintos, que gerem uma sociedade significativamente diferente da anterior" (Collier & Collier 1991, p. 30, tradução propia)

Finalmente cabe resaltar que, a lo largo de la historia se han venido vivenciando un sin fin de variaciones contextuales, que influyen a nivel mundial, tales como cambios de regímenes políticos o guerras, los cuales repercuten sobre nuestra realidad, e incluso generan que se tenga un cambio casi radical en el estilo de vida o forma en que vivimos.

Sin menos, una de ellas por ultimo vivenciadas, sería la de la pandemia del Covid-19 como se mencionó anteriormente, la cual propicio el contexto pertinente, para el surgimiento de una nueva ventana de oportunidades, mostrando que algunas actitudes que en su momentos era transitorias o de contención, podrían ser mantenidas y objetivadas con el fin de contribuir con la efectivación de las políticas públicas de integración al PCD, desde algunas tan básicas como es la utilización de tecnología para la optimización de procesos, así como el fortalecimiento de los canales de comunicación entre la institución y el público albo por medio de herramientas digitales, no solo con el fin informativo, sino también con un carácter demostrativo, el cual contribuye de forma positiva para funcionar incluso como medio de transparencia para las acciones realizadas dentro de la institución. Lo cual ciertamente ayudara al fortalecimiento de la credibilidad sobre la institución, así como generar calma y tranquilidad del saber que los recursos destinados están siendo bien empleados.

3.5 EFETIVIDAD DE LAS POLITICAS DE INCLUCION REFLEJADAS EN LA APAE FOZ

En la actualidad se puede apreciar grandes desafíos, siendo uno de ellos y muy notorio, el de los gobiernos, los cuales muchas veces tienen que afrontar el hecho de identificar los problemas, diseñar políticas para enfrentarlos, para luego implementarlas, lo cual no siempre recibe el reconocimiento de la ciudadanía, ya que aun hoy en día existe un grado escepticismo en las acciones gubernamentales, por una gran cantidad de aspecto, ya sean por fallas en recursos humanos gubernamentales, políticas que no presentaron un buen diseñado, fallas durante la implementación, fallas en las fiscalización, así como la más notoria, que sería la falta de recursos financieros, así como otros muchos otros posibles factores.

Situaciones que, si bien demuestran algunas fallas en la política, está no condiciona su efectividad, en este caso el de integración de la persona con discapacidad, puesto que esta se encontraría sobre una especie de respaldo y apoyo de las organizaciones de la sociedad civil a fines de la causa, las cuales actúan como un brazo de la administración pública contribuyendo con los servicios y ayuda necesaria para cubrir dicha demanda.

Como es en el caso de la APAE FOZ, la cual es una entidad filantrópica perteneciente al tercer sector, con objeto social y marco jurídico propio y cuyas actividades se centran en aspectos sociales, sin ánimo de lucro ni de interés económico, que generan bienes y servicios de carácter público.

Siendo así, esta institución, juega un papel muy importante en la sociedad, constituyendo una escuela capaz de articularse con la familia, desarrollando el arte, la educación, el deporte y la preparación para el trabajo en una sincronía que forme ciudadanos-sujetos con derechos y condiciones de vida y de experiencia del mundo en a tu manera y ser respetado en tu singularidad, en tu diferencia, así como el brindar los servicios relacionados al área de la salud.

La APAE FOZ, como se mencionó, hoy en día cuenta con servicios que abrazan la parte educacional, en cuanto a formación de la enseñanza media, así como terapias, atendimientos y acompañamientos en el área de la salud, ofrecidos de forma gradual en ambas unidades de atendiendo, abrazando así a 535 alumnos en la escuela y 115 usuarios en el sector de la salud.

Así como la APAE FOZ, también tenemos la presencia del trabajo de entidades

de similar misión, que realizan apoyo y atendimento a las personas con deficiencia, consideradas cohermanas, tales como, ASPAS, DEBI FOZ, NOSSO CANTO, ESCOLA ALTERNATIVA, ACDD FOZ, APASFI FOZ, que están en servicio del PCD, siendo la APAE Foz, una de las instituciones más relevantes de la ciudad, no solo por alta representatividad a nivel nacional y si por la forma como esta ha venido evolucionando a lo largo de los años.

De esta forma las organizaciones como la APAE FOZ, aparecen como una forma de ayuda al Estado, no pretenden llenar todos los vacíos que deja el Estado, sino colaborar para el bienestar social de todos. Ya que en las ciudades que están en un constante proceso de crecimiento y cada vez es más difícil para el gobierno mantener la sustentabilidad de todos.

Así, el fortalecimiento del Tercer Sector y su profesionalización tiene como trasfondo la persistente situación de desigualdad social presente en la mayoría de los países. A nivel mundial, existe una creciente conciencia de la necesidad de un esfuerzo por parte de las naciones para mejorar las condiciones de vida de las poblaciones desatendidas.

Puesto que, aunque existan otras entidades filantrópicas, la APAE FOZ es la institución más reconocida. Esta en particular, es quien en la región ofrece mayor cantidad de servicios gratuitos y de alta especialización a personas con discapacidad física e intelectual, convirtiéndose así en un referente en materia de asistencia, promoción e inclusión social.

A pesar de ello, esta enfrenta continuamente el reto de la sostenibilidad, ya que el proyecto demanda altos costos y depende exclusivamente de donaciones de gobiernos, empresas y particulares para su funcionamiento, ya que su trabajo se ofrece de forma gratuita a la población, no generando ningún tipo de financiación o Ingresos.

En lo que se refiere a la política de integración de la persona con deficiencia, la APAE FOZ, es un claro ejemplo de entidad que auxilia y trabaja en conjunto con la sociedad con el objetivo de potencializar dicha política pública brindando por medio de sus servicios para el tratamiento de dichas situaciones vividas por las personas con deficiencia hasta el brindar herramientas para la mejor inclusión del PCD.

Ya que la política pública debe ser construida a partir de la participación directa o indirecta de la sociedad civil, visando asegurar un derecho a determinado servicio,

acción o programa. Y así la ciudadanía, juntamente con las OSC, son responsables en cierto grado por la construcción una mejor inclusión o conseguir los objetivos de las políticas públicas.

Siendo así, para que la inclusión de personas con necesidades especiales en la sociedad brasileira fuese siendo reconocida, se necesitó la implementación de políticas públicas específicas necesarias, puesto que aparentemente presentaba ciertos panoramas que mostraban un contexto muy precario y reflejando así que pareciera ser un tema reciente. Pero lo que en realidad venía sucediendo es que la búsqueda de formas y medios para brindar la igualdad de oportunidades, así como la interacción recíproca entre las partes, personas con o sin discapacidad y el pleno acceso a los recursos disponibles en la sociedad siempre se vino buscando constantemente.

4 IMPACTOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING EN LA POLITICA DE INCLUSION SOCIAL EN LA APAE DE FOZ DO IGUAÇU

Las organizaciones de la sociedad civil (OSC) pueden usar una variedad de herramientas de publicidad y marketing para llegar al público objetivo, incluidas herramientas planas o tradicionales como volantes, folletos y vallas publicitarias más tradicionales o locales como Radio, Televisión o anuncios, así como herramientas digitales más modernas como redes sociales, marketing por correo electrónico, Publicidad Online, Podcast o aplicaciones móviles.

Por otro lado, al no existir un enfoque único para la publicidad y el marketing de las OSC, y las herramientas más eficaces dependerán de los objetivos específicos de la organización y las características del publico alvo, en el caso de la APAE FOZ, fue necesario rever previamente la misión y los objetivos, para la futura creación de una estrategia que englobe dichos puntos.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que no todas las OSC tienen acceso a los mismos recursos y presupuestos que las corporaciones más grandes, y es posible que deban utilizar herramientas de marketing y publicidad planas debido a restricciones financieras como sucedió en la entidad estudiada, la cual venia de un desdén de recursos donde la inversión no era parte de las acciones cotidianas y si un lujo al no contar con recurso suficiente para arcar con un proyecto que requiera inversión constante. De esta, los métodos tradicionales, como los volantes y las vallas publicitarias, así como la transmisión de persona a persona eran muy utilizados y pues en su momento solían ser muy eficaces para llegar a las comunidades locales y crear conciencia sobre cuestiones importantes, pero de manera muy limitada.

Dicho esto, también es importante recalcar que una de las características que le permitió a la APAE FOZ poder evolucionar tan rápido y en tan poco tiempo mostrando cambios y alcanzando objetivos fue sin duda la adaptabilidad y flexibilidad en el enfoque de la publicidad y el marketing que se aplicaría, así como esta dentro de la cultura organizacional, ya que se evaluaba constantemente la efectividad de las estrategias aplicadas para hacer los ajustes necesarios.

Es así como la finalidad del presente capitulo es mostrar resultados obtenidos a partir del uso de una combinación de herramientas de marketing tradicionales y

digitales aplicadas dentro de la APAE FOZ. A su vez mostrar como esta se consiguió crear y de cómo se adaptó a sus necesidades y demandas con la finalidad de llegar efectivamente a su público albo y lograr sus objetivos (la inclusión de la PCD).

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EN LA APAE-FOZ

Antes de analizar el contexto donde fue realizada nuestra investigación y de cómo se llevará a cabo la implementación de la estrategia posteriormente a tratar, es importante recordar que la APAE FOZ, desde su fundación el 18 de octubre de 1977, la cual completa 46 años de funcionamiento, a lo largo de esos años vino realizando actividades en pro de la persona con discapacidad intelectual y múltiple.

Esta Organización de la sociedad civil, a lo largo de su trayectoria, se ha consolidado como una institución de referencia regional, no solo por la amplitud de trabajo que brinda a la comunidad, sino también por la forma directa de representar a la persona con discapacidad, así como brindar los medios para la inclusión de esta y así cumplir fielmente el foco de la política pública de integración de la persona con discapacidad.

De esta forma la misión Apaeana es bien vista por la sociedad, ya que lleva consigo un llamamiento a la responsabilidad social, la cual se ha convertido en una tendencia importante en la actualidad debido al crecimiento de la exclusión social, poniendo en práctica de esta forma actividades y acciones que consolidan su objetivo.

Conquistas que se deben de resaltar y valorizar, así como rescatar los puntos positivos, puesto que como antes visto en la parte final del ciclo de políticas públicas, antes de extinguir algún proceso o acción es necesario tener un análisis de situación, para el conocimiento previo del panorama que nos encontraremos.

Antes de seguir cabe recordar que, a diferencia de orfanatos, iglesias y otras ONG que atienden a personas necesitadas, la APAE atiende a un público específico, compuesto por personas con discapacidad intelectual y múltiple, lo cual es una demanda que acarrea poseer atendimientos personalizados, lo cual limita el número de vagas y por consecuente aumentando la demanda de espacio y capacidad profesional. Por lo que la captación de fondos gubernamentales, así como el de empresas o personas, se torna vital para la subsistencia de esta como antes se mencionó.

Lo cual genera que todas las demás entidades sin fines de lucro terminan, en

cierto modo, convirtiéndose en competidores de APAE, ya que compiten por el mismo mercado centrado en la filantropía.

En este sentido partiendo de lo antes mencionado, si bien por un lado se tenía un gran reconocimiento y valorización de la institución, está era más por parte de personas, instituciones y allegados, que estaban previamente ya familiarizados con la causa y no porque estos sintiesen que dicho conocimiento a respecto era propiciado por la misma institución, lo que a lo largo de la trayectoria se vio reflejado en el índice de interacción, el cual vino disminuyendo, ocasionando a partir de dichas actividades rutinarias sin una estructura institucional, así como administrativa, que poco a poco repercutiese en una caída de las fuentes de ingreso, generando así una situación que por más que se tenían ingresos fijos por transferencia, las acciones y conquistas anteriormente realizada no eran más algo que repercutiese en la recaudación de fondos, lo cual direccionó a la APAE FOZ a una situación insustentable.

Porque si bien la entrada de recurso entrantes por transferencia no varió, por el hecho que se consiguió mantener los convenios de alguna forma vigentes, la contraparte de gastos propio de la entidad, se volvían cada vez más difíciles de cubrir.

Situaciones las cuales fueron reafirmadas por el presidente de la asociación, el cual se encontró con las mismas desde el inicio de su mandato. El mismo nos relata que lo primero que se encontró fue con una situación financiera y administrativa insustentable, puesto que por más que existían recursos de los convenios estos entraban ya con un fin específico, el cual no era posibles usarse para bancar gastos propios, generando un déficit en dichas necesidades, la cual era confirmada por la disminución en picada de los recursos propios visto en los balances generales.

Cuadro 2 – Tipos de Recetas Recaudadas entre 2015-2018.

QUADRO 1ER PERIODO	2015		2016		2017		2018	
	R\$	%	R\$	%	R\$	%	R\$	%
RECEITAS PROPIAS	858.526,73	22,6%	571.150,05	19,5%	471.650,57	13,7%	230.481,62	5,9%
RECEITAS DE TRANSFERENCIA	2.925.393,73	76,9%	2.342.199,69	79,8%	2.932.124,07	85,1%	3.671.948,50	93,7%
RECEITAS DE CAPITAL	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,0%
OTRAS RECEITAS	20.492,91	0,5%	20.398,56	0,7%	42.909,01	1,2%	16.058,85	0,4%
TOTAL	3.804.413,37	100%	2.933.748,30	100%	3.446.683,65	100%	3.918.488,97	100%

Fuente: Elaboración propia basada en los balances generales de 2015, 2016, 2017, 2018, debidamente deflacionados a diciembre de 2022.

Lo cual muchas veces era generado por la presencia de gastos muy por encima de la capacidad de pago de la entidad, tales como salarios muy elevados de algunos

empleados de la plantilla propia de la entidad, la cual se encontraba con muchas deudas y pasivos ocultos. Por otro lado, la ocurrencia de atrasos salariales para el equipo del sector Salud por más de 4 meses y la gran dificultad para mantener el servicio en el último año de dicha gestión anterior, mostraban que era innumerables las irregularidades administrativas y financieras, que también se reflejaban en la precariedad de la infraestructura, la cual limitaba el atendimento a nuestro público albo, así como condicionando la integridad de este.

Siendo así, una vez entendido lo que venía sucediendo en la institución se comenzó a ver nuevas soluciones, para contrarrestar dicho panorama, de esta forma surge la iniciativa de comenzar a implementar herramientas de publicidad y marketing, a fin de enfatizar la idea, de que la organización debe entender las necesidades y deseos del público objetivo y proyectar programas y productos que atiendan a esas necesidades, por medio de acciones en conjunto.

De esta forma antes de partir con la idealización de la estrategia necesaria, se tuvo previamente que aclarar y fijar cual es la misión actual, así como los objetivos de la asociación. Posteriormente terminar de identificar el público objetivo, ya que esto al transmitirlo de forma clara y precisa ayuda a que nuestro público se encuentre más orientado de la realidad atendida. Esto también fortalece los vínculos y niveles de involucramiento con la comunidad, puesto que involucrarse con la comunidad no solo es una parte importante de la construcción de la imagen institucional, sino también afianza la reputación de esta.

Al comprometerse con la comunidad, la asociación puede generar confianza y credibilidad, y atraer nuevos miembros o en este caso nuevas personas que puedan contribuir con la causa. Lo que a su vez generaría un grado de desarrollo en la propuesta de valor, lo cual, al estar acompañada de una estrategia de publicidad y marketing, así como el de la creación de contenido, la cual permite una mejor llegada al público albo.

Ya que crear una estrategia contenido respalda al plan de marketing. Esto debido a la inclusión de la creación de contenido valioso e informativo, como publicaciones de blog, artículos o videos, aumentando la visibilidad y atrayendo al público objetivo.

Finalmente cabe resaltar que lo identificado anteriormente, sirvió de base para plantear e instaurar la estrategia original y aplicable en la APAE FOZ, la cual será

detallada en el próximo subcapítulo, hecha para afrontar y contrarrestar dicha realidad que se venía vivenciando, con el fin de influenciar en la captación de recurso, en específico en los recursos variables y alcanzar una situación ideal.

4.2 PLANO DE MARKETING ACTUALMENTE UTILIZADO POR LA APAE-FOZ

La presente estrategia visa agregar un valor a la actual marca institucional, así como contribuir como un canal de transparencia de las acciones realizadas dentro de la APAE FOZ, a fin de afirmar la credibilidad sobre la institución y propiciar futuras interacciones que puedan repercutir sobre los recursos que ingresan a la APAE.

Si bien a los largo de la investigación y observación en campo, se percibió que la población de FOZ, se encontraban familiarizados con la existencia de la APAE por encontrarse la unidad I ubicada en una de las avenidas más concurridas en la ciudad o por conocer de forma superficial el movimiento Apaeano por medio de la existencia de otras APAE's en otros estados, estos desconocían a detalle el tipo de trabajos en específico realizados dentro de la institución, tal como es comentado por la dirección de la institución y confirmado por un buen número de funcionarios, quienes exponen dichas situaciones de desconocimiento, cuando hablar de su local de trabajo se trata.

Situaciones como la anterior mencionada, así como otras vivenciadas a diario por funcionarios, tutores, padres de familia, alumnos e incluso ciudadanos familiarizados con la institución propicio el contexto en el cual se estructura la presente estrategia. La cual busca proporcionar diversas informaciones referentes a la APAE FOZ; cómo esta funciona, cual es la misión de la institución, que servicios son brindados, así como muchas otras informaciones relevantes que auxilian al conocimiento detallado a respecto de la institución; con el fin de generar un sentimiento de identificación con la institución, así como mostrar que la población también puede sumarse a la causa y contribuir con la APAE FOZ.

De esta forma se fue adecuando y creando acciones que involucraran mucho más al entorno Apaeano y a la sociedad. Para así mediante un trabajo en conjunto se pudiese aumentar la credibilidad sobre labor desempeñada en la institución, con el objetivo de contribuir de forma positiva con la captación de recursos para la institución.

Fue así como se partió con un análisis previo del panorama que se vivía, como anteriormente mencionado; uno carente de alguna estructura o estrategia de

publicidad y marketing aplicable en la institución, pero como iniciativas rescatables e incluso potenciables; con el fin de rescatar acciones antes realizadas y repotenciarlas.

Acciones como el uso de ciertas herramientas de difusión, siendo algunas más clásicas como radio, televisión, entrega de panfletos o más modernas como la red social Facebook, mostro que a pesar de que el fortalecimiento de la imagen institucional no era un objetivo prioritario para la gestión del primer cuatrienio en estudio, si se hacían uso de algunas herramientas de publicidad y marketing, pero sin una planificación de por medio.

Para contrarrestar dicho panorama se tuvo la idea de crear la oficina de Relaciones Públicas, la cual serviría como articulador principal de las nuevas acciones a realizar, así como se encargaría de poder fortalecer los vínculos entre los usuarios, la población local, a fin de propiciar la existencia posterior de futuros contribuyentes para la institución.

A fin de fortalecer la cultura organizacional, dichas acciones se realizaron a lo largo de las jornadas laborales, de forma organizada y gradual, la cuales fueron:

- **POTENCIAR LA INTERACCIÓN DENTRO DE LA REDES SOCIALES DE LA ENTIDAD:** La primera acción que se tomó desde que se comenzó a aplicar este plan fue el poder potencial y Inter vincular la red social ya existente (Facebook), así como la inclusión de nuevas plataformas como YouTube, Instagram y Twitter, lo que ayudo a mostrar que lo que durante un buen tiempo fue un medio “informal” de comunicación, hoy se han vuelto fieles herramientas de auxilio para la mejor comunicación entre usuarios y la APAE FOZ. Puesto que dentro de dichas plataformas se incentiva a la interacción directa, no física pero inmediata de los usuarios y la entidad, por medio de una comunicación simplificada y así se volvió mucho más dinámica e incluso más comprensible, lo cual permitió a la institución tener una mayor presencia y una comunicación cada vez más asertiva y eficiente, la cual fue acompañada por la producción de materiales audiovisuales de calidad, con el fin de incrementa dicha interacción y una futura monetización dentro de las plataformas.

Dentro de este punto se creara contenido propio, para Facebook, Instagram y Twitter, el cual será constante (publicado dentro del horario laboral de la institución) y diverso, con el fin de poder mostrar informaciones como

actividades realizadas dentro de la institución, de los alumnos, usuarios, atendimientos, novedades, acciones en conjunto con otras entidades, eventos e informaciones útiles para los padres y tutores así como así como fechas conmemorativas con el fin de mejorar la divulgación de las de informaciones, las acciones con instituciones parceras también son un tema que contribuye de forma positiva y se compartirá el material registrado dentro las plataforma así como los video más complejos y largos quedaran registrados dentro de la plataforma del YouTube, todas estas acciones se realizan con el espíritu de difundir el trabajo realizado por la APAE.

Lista de material que se pretende Producir:

- PRODUCCIÓN DE FOTOS Y VIDEOS: Estos materiales creados dentro de la institución, fueron una de las primeras acciones que se realizaron al comenzar el plan, todo con el intuito de poder enriquecer el material que se usaría futuramente en las artes ilustrativas, con el fin de mostrar contenido propio y real de lo que se realiza en la institución, lo que permitió una mejor divulgación y visibilidad, ya que se transmitir de forma las transparente.
- MATERIAL AUDIOVISUAL INSTITUCIONAL: se utilizará el material anteriormente producido y se crearán videos en los cuales se tratarán temas relacionados a los temas trataron en la institución, así como se mostrarán testimonios de los usuarios como actividades hechas día a día en la institución.
- ARTES INFORMATIVAS: Así como los materiales audiovisuales estas también son alimentadas por Fotos antes realizadas, las cuales se acompañarán con informaciones que completen las actividades a tratar o temas a transmitir con el fin de refleja lo desarrollado dentro de la APAE FOZ.
- LA CREACIÓN DE UN NUEVO WEBSITE PARA LA INSTITUCIÓN: Así como el en el punto anterior, al analizar las otras organizaciones compañeras como la AACD, Nosso Canto, Escola Alternativa, se pudo observar que estas cuentan con sitios web muy atractivos, con elementos llamativos que, de alguna manera, despiertan en el visitante el deseo de ayudar a dichas instituciones. Estos sitios web presentan imágenes y videos institucionales dinámicos y

atractivos, además de la participación de personalidades y artistas destacados como promotores y simpatizantes de sus causas. APAE, por su parte, cuenta con un sitio web que sigue los estándares de la Federación, siendo limitado en cuanto a cambiar el diseño y agregar elementos e información que pueda enriquecerlo y atraer nuevos socios. A lo que esta iniciativa dirigió a la creación de un nuevo site el cuál es alimentado con información más actuales, las cuales ayudaran a mantener al día datos importantes sobre la institución, la cual trabaja en conjunto con las redes sociales.

- FORTALECIMIENTO DE LAS RELACIONES DE LAS MIDIAS LOCALES CON LA INSTITUCIÓN: al siempre haber sido un gran aliado de la institución el aparecer en radio locales, así como programas televisivos, se visó también el fortalecer los lazos ya existentes tales como el de la rede Massa, así como aumentar los vínculos con las radios locales y publicidad de formas local como Outdoors y volantes.
- IMPLEMENTACIÓN DE UN PODCAST (PODCAST INCLUSIVO): Dicha iniciativa ayudaría en la interacción directa y en vivo de los entes interesados y la institución, llegando a un público más amplio, lo cual contribuiría con la creación de conciencia sobre la misión, los valores y las actividades dentro de la organización. Por medio de la creación de contenido convincente que atraiga a los oyentes, así como posibles nuevos contribuyentes y defensores de la causa.

Esta herramienta también servirá para mostrar el impacto que la APAE FOZ está teniendo en la comunidad, al presentar historias de éxito, entrevistas con beneficiarios y otras formas de evidencia, demostrando así el valor de la institución y el apoyo que esta brinda.

Así como destacar problemas vivenciados, hablar sobre políticas y prácticas que son de interés para la organización, presentar entrevistas con expertos, partes interesadas y tomadores de decisiones, lo cual también ayudar a crear conciencia con la promoción de temas clave.

En general, la creación del podcast inclusivo es una forma efectiva para que APAE FOZ comunique su mensaje, interactúe con sus seguidores y avance en su misión.

- MEDIOS DE COLECTA VIRTUAL: Juntamente con el uso de las redes sociales

y la implementación de Podcast, a principio se planteó el uso de plataformas como vakinha.com o GoFundMe las cuales sin duda serian útiles para recaudación de fondos para proyectos o campañas específicas. Pero con el avance tecnológico a nivel bancario, se pasó replantear la idea del uso de las plataformas anteriormente mencionado y se optó por el uso del PIX para crear campañas de recaudación de fondos por medio de las redes sociales, con el fin de aumentar la recaudación de recursos financieros y así contribuir con la estabilidad financiera.

- LA REALIZACIÓN DE UN MAYOR NUMERO DE ACTIVIDADES: Actividades como Bingos, Fiestas colaborativas, Rifas, entre otras, sin duda a lo largo de la trayectoria de la APAE FOZ, han significado un ingreso considerable de recursos, así como también estas refuerzan el vínculo con la sociedad.

De esta forma en la presente estrategia se pretende fomentar la realización de un mayor número de actividades a fin de aumentar la captación de fondos como, ya que como se verá en el capítulo siguiente uno de los principales ingresos variables son este tipo de actividades. Así mismo se pretenden realizar de forma periódica y constante durante el año, mayormente tomando como foco temas festivos como mencionado también en las imágenes informativas.

Como se mencionó al comienzo, las acciones antes mencionadas se pensaron a partir de un análisis previo de la situación, siendo estas ideadas para ser implementadas a lo largo del año lectivo de forma periódica y organizada, teniendo en cuenta el horario laboral, mañana y tarde.

Lo cual se definió de tal forma, porque a lo largo de la investigación se vio que la APAE FOZ concentra la mayor cantidad de interacción de personas tanto presencial como virtual en el lapso antes mencionado, delimitando los momentos correctos para poder influir directamente en los futuros contribuyentes interesados, así como mostrar las acciones llevadas a cabo con público albo.

De esta forma, después de ser implementadas las acciones plasmadas dentro del plano, se pudieron apreciar varios puntos positivos que comenzaron a surgir.

En primer lugar, la influencia sobre la estructura administrativa y cultura organizacional fue notoria, herramientas tecnológicas como plantillas digitales o actitudes como la virtualización de procesos y registros fueron abrazados de forma

natural, lo cual permitió y facilitaría el trabajo en conjunto, así como la optimización de este.

A su vez dicho contacto directo y constante con la tecnología, contacto que aumento durante el periodo de la pandemia COVID-19, desencadenando una necesidad de hacer uso constante de herramientas tecnológicas, a fin de seguir facilitando actividades institucionales, ya que si bien lo primero que se consiguió ver en cuanto resultados fuese optimización de tiempo, no tardaría en ampliarse a los canales de comunicación, por medio del uso de comunicados en masa por WhatsApp o avisos programados por Facebook para los tutores y padres de alumnos.

Esta familiaridad con los medios digitales propició un ambiente mucho más adecuado para las posteriores acciones de la estrategia usada. Ya que permitió generar un ambiente descontractado y más relajado, para la producción de material audiovisual por parte de los profesionales de la APAE FOZ, algunos de los cuales no deseaban participar por motivos como el no saber cómo producir su contenido o vergüenza de aparecer. De esta forma el incluirlos dentro de la producción del material diario a ser publicado, genero un fortalecimiento en la autoconfianza dentro de los funcionarios, así el fortalecimiento de las relaciones internas. Ya que el mostrar las actividades realizadas por los profesionales de la institución, por medio de material directo, generaría un sentimiento mayor de cercanía entre la institución y los familiares de las personas atendidas en la APAE FOZ, así como del medio externo.

De esta forma se fue construyendo el presente contexto dentro de la APAE FOZ, contexto el cual fue adecuado para la positiva implementación de nuestra estrategia.

Puesto que después de haber vuelto el uso de la tecnología algo cotidiano, en esta segunda parte, la creación de material usado en la difusión fue mucho más abundante, ya que además de los profesionales contribuir con material producidos por ellos mismo, estos se interesaron más en participar, en las producciones creadas por la entidad.

Este aumento en la participación de los contenidos también dio un grado aun mayor de profesionalidad y credibilidad del material; Material el cual también se vio también en formato de imagen, ilustraciones entre otras acciones anteriormente definidas; ya que al ver al profesional exponiendo sobre algún tema en específico, mostraría la calidad de profesionales que la institución posee.

Así poco a poco se fueron estableciendo las mencionadas acciones y volviéndolas normales en el día a día, esto también contribuyo en aumentar la facilidad de distribución del contenido, ya que dichos profesionales, alumnos y familiares al compartir ayudaban no solo en la recepción de los contenidos sino también contribuye finalmente con la reconstrucción de la imagen institucional, la cual se vio potenciada.

Dicho potenciamiento hizo que la participación de la comunidad en actividades y eventos de la institución aumentase, mostrando un gran avance a diferencia de como esta se había venido desarrollando hasta antes de la ejecución de nuestro plan de acción.

Finalmente, resultados obtenidos hasta la actualidad nos mostraron un camino positivo recorrido, resultados como el aumento de la audiencia en los eventos realizados, el aumento de punto de recolección del troco solidario, trajeron consigo un aumento en los recursos captados. Lo cual sin duda se vio reflejado y repercutió en la institución.

Ya que como visto anteriormente los ingresos por transferencias seguían siendo de alguna u otra forma fijos u constante, pero en el caso de este segundo cuatrienio, se vio una constante creciente, lo cual demostró también que dichas acciones se veían repercutidas en el aumento de convenios y fortalecimiento de los antes vigentes, como los convenios con el SUS, convenios con la FEAPAES (Federación de APAES do Paraná), recurso que venía del Nota Paraná, así como recurso que la prefectura repasaba para el pago de ciertos funcionarios.

Cuadro 3 – Recetas totales 2019-2022.

QUADRO 2DO PERIODO	2019		2020		2021		2022	
TIPO DE RECEITA	R\$	%	R\$	%	R\$	%	R\$	%
RECEITAS PROPIAS	346.860,50	7,1%	209.437,36	4,8%	370.036,14	6,8%	307.110,48	3,8%
RECEITAS DE TRANSFERENCIA	4.456.565,29	91,1%	4.168.634,57	94,9%	4.981.566,81	91,6%	7.628.685,86	94,3%
RECEITAS DE CAPITAL	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,0%	103.729,58	1,3%
OTRAS RECEITAS	89.325,99	1,8%	12.422,10	0,3%	86.036,67	1,6%	54.322,74	0,7%
TOTAL	4.892.751,78	100%	4.390.494,03	100%	5.437.639,62	100%	8.093.848,66	100%

Fuente: Elaboración propia basada en los balances generales de 2019, 2020, 2021, 2022, debidamente deflacionados a diciembre de 2022.

Si bien se percibió que dichos cambios se realizaron gracias a decisiones tomadas por las cabezas de las organizaciones, estas mejoras se vieron acompañadas constantemente por estrategias que permitieron a los usuarios ver

como se está llevando a cabo dichos trabajos y acciones dentro de la APAE de forma transparente.

En general, el uso de herramientas de publicidad y marketing ayudaron de forma positiva en la reestructura de acciones para la construcción de una mejor imagen institucional, lo cual es pilar fundamental dentro de las acciones realizadas para llegar a un público más amplio, con el fin de atraer los recursos que son necesarios para marcar la diferencia en los servicios ofrecidos a la comunidad y así contribuir a que la política de integración de la persona con discapacidad se torne cada vez más efectiva.

4.3 ABORDAJE COMPARATIVA DIACRONICA SOBRE O CONTEXTO DA APAE FOZ 2018-2019 // 2020-2021

Una vez vista y entendida la situación previa, así como realizada la posterior implementación de la estrategia diseñada para la APAE FOZ, la forma más tangible que se pudieron usar para apreciar dichas mejoras, fueron dentro de los análisis realizados con los datos de los balances generales, por medio de las formas de entrada de recursos que tiene la institución estudiada.

Puesto que si bien, durante los años previos a nuestro análisis la APAE de Foz de Iguazú trabajó a partir de un proceso basado en una concepción filosófica incluyente-transformadora, guiada por principios educativos, buscando articular su acción en defensa de los derechos educativos, sociales y culturales, transitando caminos que conducen a una educación accesible. También actuó con un bajo perfil de acción en lo que se refiere a la promoción y divulgación de las actividades realizadas en pról. de la persona con discapacidad dentro de la institución.

Todo eso sin contar la precaria e insalubre situación que las dos unidades vivenciaban, por la falta de reformas y manutención debida. Claramente factores y problemas vinculadas directamente con la falta de recurso para la solución de estos, mostrando a su vez que el déficit de recurso era grande.

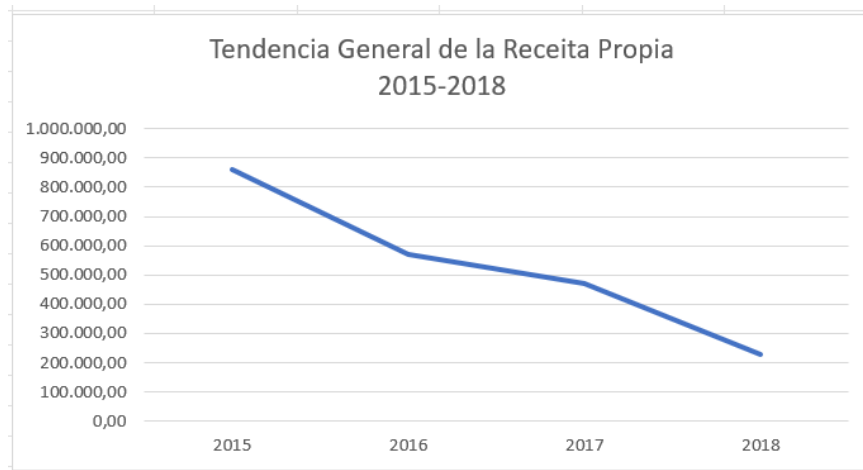
Fuera ese tipo de situaciones específicas, vimos que no había un medio estructurado o plan de acción para poder fortalecer y fomentar la captación de recursos de forma particular, fomentando las donaciones directas a la entidad, que es lo que prácticamente ayuda a solventarla.

Siendo así, se elabora e implementa la estrategia de publicidad, basándose a partir de todo lo observado previamente en la APAE FOZ, desde los déficits hasta los puntos positivos de acciones llevadas a cabo con anterioridad a la aplicación de la estrategia actualmente utilizada por la APAE FOZ.

La cual tuvo un impacto considerable en la institución, reflejada directamente en los ingresos. Estos a su vez, por medio de este análisis se podrán apreciar de forma tangible y clara, representando la transición de haber podido pasar de una situación que venía en declive, generada por la falta de acciones que propiciase a una situación más ideal.

A continuación, se puede apreciar la línea decreciente del primer cuatrienio en lo que se refiere a la receta propia.

Gráfico 1 - Tendencia General de la Receta Propia 2015-2018.



Fuente: Elaboración propia basada en los datos del cuadro 2 del presente trabajo.

La cual fue cambiando a partir de la implementación de la estrategia construida, propiciando así que la tendencia tuviera un alza, así como esta se mantuviese estable.

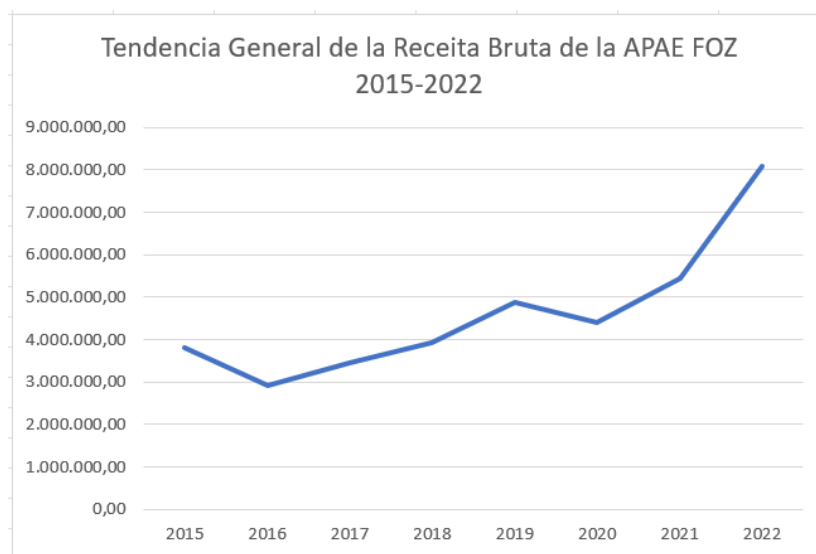
Gráfico 2 - Tendencia General de la Receta Propia 2019-2022.



Fuente: Elaboración propia basada en los datos del cuadro 3 del presente trabajo.

Finalmente, todo lo anteriormente visto, al sumarse de forma general, repercute de forma directa en el aumento de la receta total que se recauda.

Gráfico 3 - Tendencia General de la Receta Bruta de la APAE FOZ 2015-2022.



Fuente: Elaboración propia basada en los datos del cuadro 2 y 3 del presente trabajo.

Todo esto a base de que se consiguió mostrar que dichas recetas propias poseían un gran peso de influencia sobre las otras, al poder ser influenciadas por acciones que potenciaban dichos ingresos, no solo generando un aumento económico sino también un fortalecimiento en la imagen institucional. Lo cual afianzo aún más la credibilidad sobre la institución y generando más llegada a la población local, la cual se convirtieron en contribuyentes activos de diversas formas. Así como propicio el interés de financiamiento de proyectos por parte de entidades poseían intereses en destinar recursos a la APAE FOZ.

Hoy en día la institución gracias a los ajustes y correcciones realizados, así como la implementación de la estrategia de publicidad y marketing a principios de 2019, no permitió que realidad antes vivida continuase hasta los días actuales, lo que ciertamente pudiese llevar a la entidad a la quiebra y por consecuente el cierre de esta en cualquier momento. Por lo que, si eso llegase a suceder, habría una falla en la función de apoyo para la efectivización de la política pública de inclusión de la persona con discapacidad.

De esta forma en lo que respecta al 2020 a 2021, se llevaron a cabo varias reformas administrativas, financiera, estructurales, institucionales, así como la implementación activa de la oficina de relaciones públicas, lo cual siguió contribuyendo a que la mayoría de los problemas hayan sido o están siendo resueltos,

reflejándose en mejoras como:

- La regularización de la antigua Casa Lar, la cual se encontraba con problemas de documentación y se necesitaba recursos para solucionar dicha situación;
- La renegociación de salarios;
- La reorganización de funciones;
- La implementación del 3er turno de operación del Sector Salud (nocturno) sirviendo a la comunidad de Foz de Iguazú, de esta forma reduciendo la fila de espera en el CER IV;
- La obtención de un acuerdo con la Justicia Federal para destinación de personal que ayude en tareas básica en la institución, en específico al NOTA PARANÁ;
- La realización de reformas y ampliaciones de los edificios de la Unidad I (terminada) y Unidad II (terminado), gracias a los convenios conseguidos por ITAIPU BINACIONAL;
- Se consiguió obtener la donación del inmueble de Avenida Paraná a APAE FOZ por parte del Gobierno del Estado;
- Se pudo concretizar el proyecto de Energía Fotovoltaica instalados en la unidad II, la cual alimentaría las dos unidades, contribuyendo en la disminución de gastos para la entidad;

Es así, como los mencionados cambios y mejoras, muchas otras realidades positivas se están vivenciando hasta días actuales del presente año. Tales como el crecimiento evolutivo de un mismo tipo de actividad realizada constantemente como lo fue el Bazar de Jean, que el cuarta y más próxima edición aumento tres veces el valor del porcentual donado a diferencia de la primera edición, lo cual refleja la participación de la sociedad es cada vez más activa o la agilización del registro de 2 escuelas, el cual se encuentra en proceso de regularización con el convenio SEED. Sin duda esto demuestra que dicha implementación de estrategias de publicidad y marketing implementadas dentro de la APAE FOZ, sin duda fueron positivas y se encuentran cada vez más enraizadas en la entidad.

Lo cual se suma al fortalecimiento de la atracción de nuevos partners a fin de auxiliar en la ampliación y calificación de la captación de servicios, por medio de la búsqueda de participación de socios a través de programas de pasantías y/o actividades extracurriculares que puedan asociar el aprendizaje con la práctica de

actividades que beneficien a la APAE en el sentido de ampliar y calificar los servicios que ofrece la institución, así como auxiliar en el proceso de gestión y actividades que se requieran, esto contribuirá de forma positiva no solo en el enriquecimiento del servicio ofrecido sino también en la disminución de ciertas despesas.

Contribuyendo no solo con lo económico, sino también en aspectos como la transparencia al mostrar la calidad de atendimientos que se realizan dentro de la Organización, lo cual fortalece el relacionamiento, credibilidad y apoyo de la sociedad iguazueña con la institución.

CONCLUSIONES

Durante este estudio, se presentó la importancia de las acciones de recaudación de fondos y el papel de la comunicación como parte esencial para dar visibilidad a las actividades de las entidades, para movilizar y ganar contribuciones, lo cual sirve para mantener relaciones duraderas con las fuentes ya conquistadas, así como para fortalecer la imagen y reputación de la entidad a través de una efectiva rendición de cuentas a la sociedad.

La revisión teórica aclaró las formas de cómo se iban a segmentar la recaudación de fondos para el tercer sector, así como la visualización de información y procesos que se deben tener en cuenta para que la organización pueda desarrollar un plan de recaudación de fondos adecuado a su realidad y sus objetivos, evitando que tome orientaciones que no se adecuan a sus preceptos, y que pueden conducir al desprestigio y la pérdida de identidad.

Señalando a su vez que, la comunicación tiene el poder de movilizar a las personas a favor de una causa, ya sea a través del voluntariado o de la recaudación de material y recursos humanos. Así como, la recaudación de fondos a través de donaciones es extremadamente importante para las organizaciones sin fines de lucro, ya que es la principal o única fuente de fondos para financiar los servicios que se ofrecen de forma gratuita.

Dicha recaudación de fondos tiene que ser vista como construir una casa, si los cimientos son débiles corre el riesgo de derrumbarse, es decir tener una buena planeación estratégica, una identidad corporativa sólida, una imagen institucional fuerte, una misión clara conocida por todos interna y externamente, porque son características preponderantes para solidificar esta estructura. Además de ser fundamental la claridad y transparencia por parte de las organizaciones en su comunicación para que se fortalezca día a día en las pequeñas acciones que realiza, y también es claro para constituir alianzas estratégicas.

Siendo así, el plan de marketing desarrollado para la APAE tiene como propósito servir de guía para que la organización logre los objetivos propuestos, tanto en lo que se refiere a la búsqueda de recursos para su mantenimiento autosostenible como para la ampliación de su estructura física. Para el logro de los objetivos es de fundamental importancia que se desarrollen mecanismos de control para evaluar si los resultados obtenidos se encuentran dentro de lo planificado.

Inicialmente se sugiere monitorear la viabilidad económica, los ingresos y gastos generados por los programas de mercadeo del plan, así como los plazos de implementación de los programas y los responsables de cada actividad de mercadeo.

También se debe tener en cuenta que estos análisis deben realizarse antes, durante y después de la implementación de los programas de marketing, de modo que las fallas en los programas puedan identificarse y corregirse incluso en la fase inicial y no solo después de que se hayan aplicado las herramientas de control.

El presente estudio presenta, que además de los plazos y costos, el responsable de la planificación e implementación de las acciones, así como la sugerencia de los responsables de la ejecución, y debe ser modificado de acuerdo con las necesidades de la organización. En cuanto a los ingresos y gastos, se sugiere un flujo de caja diario asociado a esta tabla, el cual indicará qué programa de marketing generó ingresos o gastos para evaluar su viabilidad, lo cual no es necesario en este primer momento, pues se busca desarrollar programas al menor costo posible.

Todavía existe la necesidad de estar atento al entorno externo, que puede estar en un período de recesión económica, posibles competidores que pueden presentar dificultades o riesgos para las actividades de la organización, o en el peor de los casos, cargar demasiado el negocio con proyectos insostenibles, es decir, generan más gastos que ingresos, imposibilitando su mantenimiento y perjudicando el desempeño de la organización en su conjunto.

Hoy el tercer sector viene actuando significativamente en Brasil, con el objetivo de atender las más diversas expresiones con respecto a la cuestión social, ante la incapacidad y las dificultades del Estado para suplir esa necesidad. La ineficiencia del Estado hizo que la sociedad se uniera y movilizara en grupos organizados, con el objetivo de ayudar a los grupos menos favorecidos. Es a partir de esta sociedad civil movilizadora, preocupada por el bienestar de la comunidad, que surge un nuevo concepto de filantropía, representado por organizaciones no gubernamentales, entidades de beneficencia, sindicatos, entre otras instituciones sin fines de lucro.

En Brasil, las actividades y acciones sociales desarrolladas por organizaciones sin fines de lucro, a pesar de ser admiradas y reconocidas por una gran parte de la sociedad como de extrema importancia, por sí solas aún no son suficientes para despertar el compromiso de estas personas para hacer donaciones o desarrollar voluntariado. Este problema se puede atribuir al sentimiento de desconfianza en

relación con los procesos que implican donaciones en efectivo ya la falta de credibilidad en la gestión financiera de las organizaciones sin fines de lucro.

Las noticias que involucran corrupción y desvío de fondos que deberían aplicarse en obras sociales alejan a los posibles donantes y dificultan el trabajo de las organizaciones que desarrollan la labor de manera honesta. En este punto, se vuelve fundamental el papel del comunicador en el desarrollo de acciones encaminadas, entre otros objetivos, a la búsqueda de la legitimidad de la organización y apoyo al mantenimiento de la obra social.

Reafirmando de esta forma, en el transcurso de este trabajo la importancia de las acciones en captación de fondos y el papel de la comunicación en las organizaciones del Tercer Sector.

En la APAE Foz, objeto de estudio de este trabajo, fue posible verificar la importancia de la comunicación para la correcta difusión de la información, la planificación estratégica y muchas veces la movilización social y la sensibilización de la población a favor de una causa interfiere con la recaudación de fondos.

A pesar de contar con recursos limitados, el directorio de la institución demuestra estar consciente de la importancia de invertir en acciones de comunicación para el crecimiento y expansión del trabajo de la institución.

Dichas acciones desarrolladas estratégicamente pueden promover el trabajo de la organización para la comunidad en un proceso interactivo. Para ello, es necesario ser coherente con la información divulgada y con los donantes. Siempre se debe investigar la compatibilidad de intereses antes de contactar a un posible financiador, ya que negociar con un colaborador inadecuado puede afectar la imagen de la organización y dificultar la atracción de nuevos miembros. Mediante la planificación de acciones es posible evitar que se produzcan situaciones como esta.

En este proceso de comunicación y recaudación de fondos, no basta con considerar a los simpatizantes como seres pasivos, que simplemente reciben información de la institución. Es necesario invitarlos a participar en la construcción de la organización. Para que este proceso suceda con naturalidad, primero es necesario alinear la comunicación interna para que la información divulgada sea consistente con la realidad de la organización. En general, los conceptos, prácticas de gestión y planificación estratégica de las organizaciones no gubernamentales son poco conocidos ya veces incluso poco valorados por quienes trabajan en el Tercer Sector.

Entre las razones de esto podemos mencionar la falta de preparación de los gerentes.

En este universo, es común que un mismo profesional desempeñe varias funciones, aunque no tenga la preparación o los conocimientos técnicos para desarrollarlas. En este punto, el área de comunicación de la APAE Foz se ve muy afectada, sobre todo por ser una institución pequeña donde el presupuesto es limitado y no permite grandes inversiones en recursos humanos.

A la luz de todo este estudio, se pueden apreciar algunos puntos fuertes en el proceso de obtención de fondos de la APAE Foz, tales como una imagen más sólida y seria, consecuencia del trabajo de calidad que ejerce la institución; actitud de no autocomplacencia que asume la entidad en el proceso de negociación con los financiadores, sin renunciar a los valores de su misión.

Esta postura más proactiva en la búsqueda y propuesta de acciones conjuntas; Así como una visión impulsada de las acciones de recaudación de fondos y recursos, demostrada por las alternativas planteadas por la entidad con los potenciales financiadores; Centralización de las acciones más efectivas de recaudación de fondos en los directores de la institución.

También se surge considerar revisar constantemente el proceso de planificación de la comunicación en la organización. Ya que, la etapa de planificación es fundamental para que la comunicación no se desvincule de los demás procesos y programas de la institución. Cuanto mejor planificada, mayor será la eficiencia de la comunicación, ya sea en el refuerzo de la imagen institucional o en el proceso de recaudación de fondos.

Otras posibilidades que podría estudiar la institución para mejorar la comunicación y consecuentemente atraer donantes sería utilizar diferentes canales, como un diario o boletín electrónico. Sería un medio de dar a conocer los eventos que realiza la institución y también la situación real de la APAE, considerando que las personas no están bien informadas sobre las necesidades de esta institución, es decir, que las acciones que desarrolla la institución cubren solo parcialmente las necesidades en cuanto a la captación de donantes.

De esta forma, se recomienda que la APAE Foz evalúe la posibilidad de una alianza continua con un profesional de marketing capaz de mantener un trabajo de largo plazo en la institución por medio de la oficina de Relaciones Públicas. Esto asegurará que los mensajes transmitidos la posicionen adecuadamente en la

sociedad, aumentando el número y la frecuencia de los donantes, ya sea conquistando o reteniendo a quienes contribuyen a la causa de la institución.

Ya que en lo antes visto dentro de los problemas demostraron que el área de Relaciones Públicas la cual buscaba futuros contribuyentes para la APAE ameritaba ser desarrollada de forma técnica y así evitar recaer en la falta de planificación estratégica.

Finalmente, se sugiere que se desarrollen nuevos trabajos con el propósito de estudiar el tema en otras instituciones para que, de esta manera, sea posible establecer un vínculo teórico-empírico comparativo entre instituciones, contribuyendo a la profesionalización en la gestión de estas, especialmente en sus procesos de comunicación y marketing, generando conocimiento específico en esta materia.

REFERÊNCIAS

ACSELRAD, H.; LEROY, J. Novas premissas da sustentabilidade democrática. In: Série Cadernos de Debate Brasil Sustentável e Democrático, n. 1, Rio de Janeiro: FASE, 1999.

ALBUQUERQUE, Antonio Carlos Carneiro. Terceiro Setor: história e gestão de organizações. São Paulo: Summus, 2006.

ARAGÃO, Alexandre Santos de. O princípio da eficiência. In: Princípios de direito administrativo: legalidade, segurança jurídica, impessoalidade, publicidade, motivação, eficiência, moralidade, razoabilidade, interesse público. MARRARA, Thiago. (Org.). São Paulo: Atlas, 2012.

ARRETCHE, Marta T. S. Tendências no estudo sobre avaliação. In: RICO, Elizabete Melo (org). São Paulo: Cortez/IEE, p.29-39, 1999.

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal, 2016. 496 p. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 14 maio 2023.

CARVALHO, C M S; FELIZOLA, M P M. A Importância do Marketing na Captação de Recursos para o Terceiro Setor. Universidade Tiradentes, UNIT, SE. Intercom-Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste – Brasília/DF

CICCA, I. Captação de Recursos: fontes distintas exigem estratégias diferentes. Abril, 2014. Disponível em: <https://guiame.com.br/gospel/missoes-acao-social/captacao-de-recursos-fontes-distintas-exigem-estrategias-diferentes.html>. Acesso em: 28 de maio de 2023.

COSTA, Selma Frossard. O Serviço Social e o terceiro setor. Serviço Social em revista, Londrina, v. 7, n. 2, jan./jun. 2005. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/ssrevista/c_v7n2_selma.htm>. Acesso em: 25 mai.2023.

Collier, R.B.; Collier, D, *Shaping the Political Arena*. Princeton, Ed: Princeton University Press, 1991.

CRUZ, Célia Meirelles. ESTRAVIZ, Marcelo. Captação de diferentes recursos para organizações sem fins lucrativos. 2 ed. São Paulo: Global, 2003.

CRUZ, Maria Célia T. Captação de recursos: um meio para se atingir sua missão. 2001. Disponível em <http://www.rits.org.br/acervo/teste/ac_home_intro.cfm>. Acesso em: 14 maio. 2023.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. O Planejamento da Pesquisa Qualitativa: teorias e abordagens. Porto Alegre: Bookman e Artmed. 2006. Introdução.

DIMENSTEIN, G. Captação de recursos para ONGs depende de planejamento e dedicação. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/dimenstein/noticias/gd260405.htm>>. Acesso em: 14 maio. 2023.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. Fake News na eleição presidencial de 2018 no Brasil. [Tese de doutorado]. Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, 2020. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/31967>> Acessado em: 14 mai. 2023.

FIGUEIREDO, Renata Brunetti. Eventos Especiais: uma das muitas estratégias para se captarem recursos. Será que é só isso? 2002. Disponível em: <<http://rebrunetti.com.br/wp-content/uploads/2019/09/Eventos-Especiais-11.pdf>> Acesso em: 14 maio. 2023.

FORTUNATO, Paulo. Os serviços essenciais das Apaes: promovendo a inclusão e a qualidade de vida de pessoas com deficiência, Curitiba, Marzo 2023. Disponível em: <<https://apaecuritiba.org.br/servicos-essenciais-das-apaes/#:~:text=De%20forma%20geral%2C%20as%20Apaes,terapia%20ocupacional%2C%20fonoaudiologia%20e%20psicologia>> Acessado em: 14 mai. 2023.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo. Atlas. 1991.

HOWLETT, Michael; RAMESH, M; PERL, Anthony. Política Pública: seus ciclos e subsistemas: uma abordagem integral. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

KOTHER, Maria Cecília Medeiros. Captação de recursos: uma opção eticamente adequada. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2007

KOTLER, P. Marketing para organizações que não visam lucro. São Paulo: Atlas, 1978.

LAKATOS, E. M. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. - São Paulo: Atlas 2003. ISBN 85-224-3397-6

Las-Casas, A. L., Teske, R., Silva, S. C., & João, B. do N. (2021). Experiências de captação de recursos e a interface com o marketing social: estudo de caso no Núcleo Social de Diadema. Interações (Campo Grande), 22(2), 513–530.

Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011. Lei dispõe sobre os procedimentos a serem observados pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, com o fim de garantir o acesso a informações. 2011. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm> Acesso em: 14 mai. 2023.

Lei 13.146, de 06 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de inclusão da pessoa com deficiência (Estatuto da pessoa com deficiência). Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, 6 jul. 2015.

MINAYO, M. C. de Souza. Parte 1: Conceitos básicos sobre metodologia e sobre abordagens qualitativas. IN: O Desafio do Conhecimento: Pesquisa Qualitativa em Saúde. São Paulo: Hucitec Editora, 2014.

NAVES, Rubens. Novas possibilidades para o exercício da cidadania. In: PINSKY, Jaime. PINSKY, Carla Bassanezi. Org. História da Cidadania. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

Política Nacional de Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva.

Brasília: SEESP/MEC, 2008. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/arquivos/pdf/politicaeducaspecial.pdf>>. Acesso em: 14 maio 2023.

Resolução CNE/CEB Nº 2, de 11 de setembro de 2001. Institui Diretrizes Nacionais para a Educação Especial na Educação Básica. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, 11 set. 2001. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CEB0201.pdf>>. Acesso em: 14 maio 2023.

SAUTUR, et. al. Manual de metodologia. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. CLACSO, Colección Campus Virtual, Buenos Aires, Argentina. 2005. 192 p. ISBN: 987-1183-32-1

SCHARDOSIN, Marilene. 45 anos da APAE em Foz do Iguaçu: conquistas que orgulham, Foz de Iguaçu, Enero, 2023. Disponible en: <<https://100fronteiras.com/educacao/noticia/45-anos-da-apae-em-foz-do-iguacu-conquistas-que-orgulham/>>. Acessado em: 14 may. 2023.

SECCHI, Leonardo. Análise de políticas públicas: diagnóstico de problemas, recomendação de soluções, São Paulo: Cengage Learning, 2016.

SECCHI, L. Políticas Públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos. 2a edição. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013. v. 1. 184p.

SINA, A.; SOUZA, P.S.B.. Marketing social: uma oportunidade para atuar e contribuir socialmente no Terceiro Setor. São Paulo: Crescente Editorial, 1999.

SHIMAZAKI, V. K. Fasci-Tech – Periódico Eletrônico da FATEC-São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, v. 1, n. 5, Out/Dez 2011, p. 171 a 179. Disponível em: <<https://www.fatecsaocaetano.edu.br/fascitech/index.php/fascitech/article/view/57>>. Acesso em: 14 maio. 2023.

SCHNEIDER, E. M.; FUJII, R. A. X.; CORAZZA, M. J. Pesquisas quali-quantitativas:

contribuições para a pesquisa em ensino de ciências. Revista Pesquisa Qualitativa, [S. l.], v. 5, n. 9, p. 569–584, 2017. Disponível em: <https://editora.sepq.org.br/rpq/article/view/157>. Acesso em: 9 jun. 2023.

SUBIRATS J, et al. Análisis y Gestión de políticas públicas. Barcelona: Planeta, 2012. ISBN 978-84-344-0010-8

TACHIZAWA, Takeshy. Organizações Não Governamentais e Terceiro Setor. – 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004. TENÓRIO, Fernando G. Gestão de ONGs Principais Funções Gerenciais. 10ª Edição. Rio de Janeiro – RJ: Fundação Getúlio Vargas Editora, 2006.

TOZZI. J. A. ONG Sustentável: O guia para Organizações do Terceiro Setor Economicamente Prósperas, São Paulo, Editora Gente, 2017.

VOLTOLINI, Ricardo. Terceiro Setor: planejamento e gestão. 1ª.Edição São Paulo, SENAC, 2003.

VOLTOLINI, Ricardo, Org. Terceiro Setor Planejamento ; Gestão. 2ª.Edição. São Paulo: Senac, 2004.

ANEXOS

ANEXO 1 – CUESTIONARIOS

CUESTIONARIO 1 (PRESIDENTE APAE-FOZ)

- Para você o que seria uma pessoa com deficiência?
- Antes de trabalhar na APAE, você já conhecia o termo PCD?
- O que te levou a escolher trabalhar com pessoas com deficiência?
- Como acha que as pessoas com deficiência são vistas socialmente?
- Em seu dia a dia, como vê, na prática, as políticas pública de integração?
- Em seu dia a dia, como vê, na prática, as políticas pública de inclusão ao campo laboral?
- Como você percebe a recepção das pessoas com deficiências por parte da sociedade?
- Em sua opinião, qual seria melhor forma de ajudar ou contribuir com a inclusão da pessoa com deficiência?

CUESTIONARIO 1 (DIRECTORA APAE-FOZ)

- Para você o que seria uma pessoa com deficiência para você?
- muitas vezes essa deficiência está mais naquelas pessoas que não compreendem a situação
- Você considera a palavra deficiente excluem-te?
- Antes de trabalhar na APAE, você já conhecia o termo PCD?
- O que te levou a escolher trabalhar com pessoas com deficiência?
- Como acha que as pessoas com deficiência são vistas socialmente?
- Em seu dia a dia, como vê, na prática, as políticas pública de integração?
- Em seu dia a dia, como vê, na prática, as políticas pública de inclusão ao campo laboral?
- Nossa, aí é complicado porque condiciona a família a escolher um caminho ou outro.
- Como você percebe a recepção das pessoas com deficiências por parte da sociedade?
- Em sua opinião, qual seria melhor forma de ajudar ou contribuir com a inclusão da

pessoa com deficiência?

CUESTIONARIO 2 (PROFESORA APAE-FOZ)

- Para você o que seria uma pessoa com deficiência?
- você acha o termo deficiente, excluem-te?
- Concordo, já que acho que limitações e problemas temos todos.
- O que levou você, escolher trabalhar com pessoas com deficiência?
- Como você acha que as pessoas com deficiência são socialmente vistas?
- que fatores você acha que gera isso nas pessoas?
- Dentro do seu dia a dia como você vê na praticar as políticas públicas envolvidas?
- você considera que existe algum grau de invisibilidade na atualidade?
- No dia a dia como você percebe a relação da sociedade sobre as pessoas com deficiência?
- Segundo você, qual seria melhor forma de ajudar ou contribuir com a inclusão da pessoa com deficiência?

CUESTIONARIO 3 (MADRE APAE-FOZ)

- O que vem na sua cabeça quando escuta o termo pessoa com deficiência? você já tem ouvido ele antes ou no dia a dia?
- ¿ya lo habías escuchado antes?
- Você conhece o termo PCD ou tem escutado ele antes, tem alguma ideia do que seria?
- ¿Te gustaría saber que es el termino PCD? es persona con deficiencia
- ¿y consideras que el termino Deficiente es excluyente?
- Como tem sido a sua experiencia com o trato com uma pessoa com deficiência?
- ¿Como es la relación con tu familia?
- ¿Tu como consideras que las personas con deficiencia son vistas en la sociedad?
- ¿y que le recomendarías a las personas cuando traten con una PCD?

ANEXO 2 – Tablas basados en las adecuaciones e interpretaciones de información presente en balances de 2015-2022

Siendo la primera una que representa la trayectoria de la nota Paraná, así como otros proyectos que pasaron por la institución de forma efímera.

NOTA PARANÁ								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	0	8.993,36	177.584,07	313.014,30	429.617,68	288.861,88	223.523,68	330.864,21
VALOR DEFLASIONADO	0	13.009,91	311.772,15	416.251,58	552.345,40	355.450,44	260.841,56	330.864,21

PROJETO APUB								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	0	14.988,89	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VALOR DEFLASIONADO		21.683,12						

REPASE DO MINISTERIO PUBLICO DE TRABALHO								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	0	3.000,00	3.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VALOR DEFLASIONADO		5.644,68	4.071,91					

Tablas detalladas sobre los tipos de ingresos propio de forma deflacionada.

RECEITA PROPIA 2015	%	VALORES
BAZER FIESTA Y PROMOCIONES	66,9%	574.093,60
CONTRIBUCIONES Y DONACIONES	33,1%	284.433,13
TROCO SOLIDARIO	0,0%	0,00
TOTAL	100%	858.526,73

RECEITA PROPIA 2016	%	VALORES
BAZER FIESTA Y PROMOCIONES	31,0%	176.982,96
CONTRIBUCIONES Y DONACIONES	67,6%	386.081,12
TROCO SOLIDARIO	1,4%	8.085,97
TOTAL	100%	571.150,05

RECEITA PROPIA 2017	%	VALORES
BAZER FIESTA Y PROMOCIONES	58,0%	273.548,06
CONTRIBUCIONES Y DONACIONES	36,1%	170.411,66
TROCO SOLIDARIO	5,9%	27.690,85
TOTAL	100%	471.650,57

RECEITA PROPIA 2018	%	VALORES
BAZER FIESTA Y PROMOCIONES	35,7%	82.231,30
CONTRIBUCIONES Y DONACIONES	34,5%	79.579,13
TROCO SOLIDARIO	29,8%	68.671,19
TOTAL	100%	230.481,62

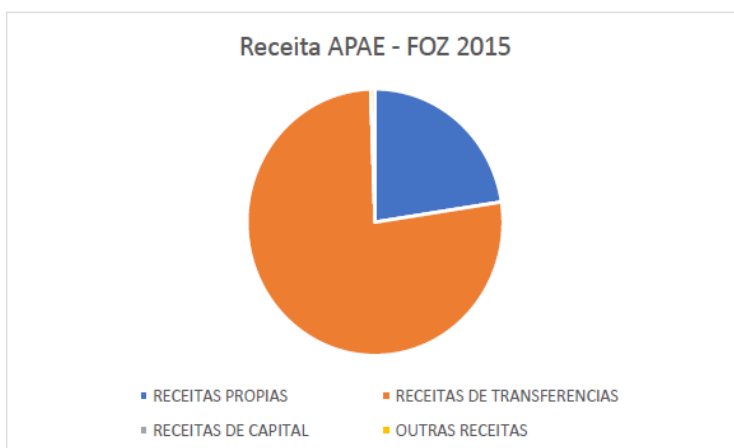
RECEITA PROPIA 2019	%	VALORES
BAZER FIESTA Y PROMOCIONES	63,7%	221.023,48
CONTRIBUCIONES Y DONACIONES	30,0%	104.057,37
TROCO SOLIDARIO	6,3%	21.779,65
TOTAL	100%	346.860,50

RECEITA PROPIA 2020	%	VALORES
BAZER FIESTA Y PROMOCIONES	73,9%	154.832,83
CONTRIBUCIONES Y DONACIONES	18,3%	38.233,93
TROCO SOLIDARIO	7,8%	16.370,60
TOTAL	100%	209.437,36

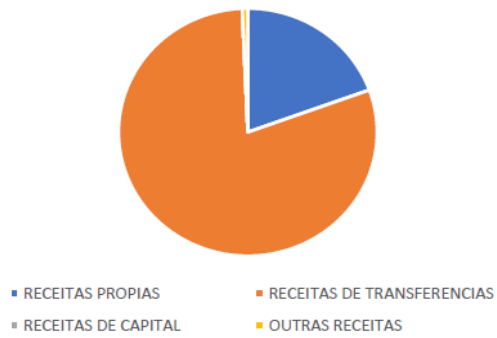
RECEITA PROPIA 2021	%	VALORES
BAZER FIESTA Y PROMOCIONES	89,2%	330.100,23
CONTRIBUCIONES Y DONACIONES	7,3%	27.112,85
TROCO SOLIDARIO	3,5%	12.823,06
TOTAL	100%	370.036,14

RECEITA PROPIA 2022	%	VALORES
BAZER FIESTA Y PROMOCIONES	85%	262.510,24
CONTRIBUCIONES Y DONACIONES	10%	31.031,74
TROCO SOLIDARIO	4%	13.568,50
TOTAL	100%	307.110,48

Gráficos generados a partir de las tablas de la receta total recaudada.



Receita APAE - FOZ 2016



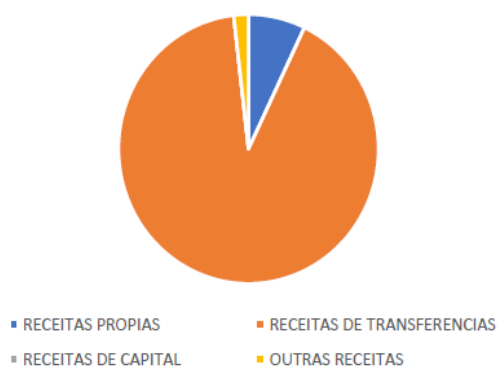
Receita APAE - FOZ 2017



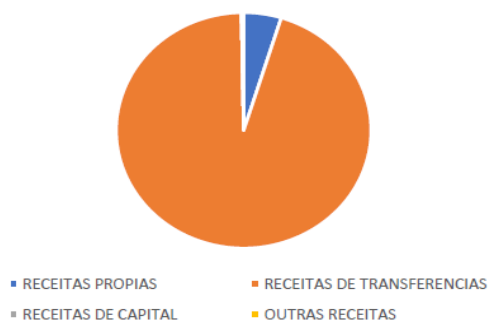
Receita APAE - FOZ 2018



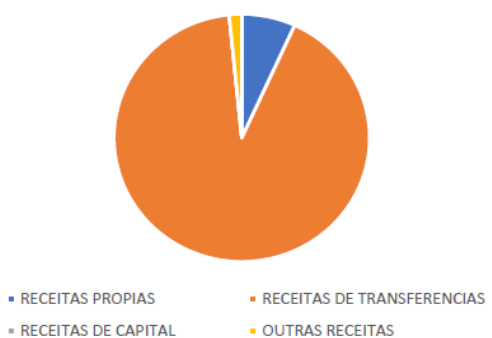
Receita APAE - FOZ 2019



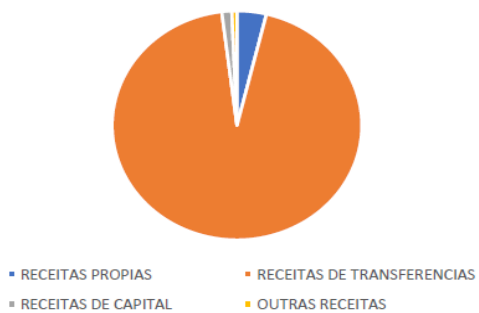
Receita APAE - FOZ 2020



Receita APAE - FOZ 2021



Receita APAE - FOZ 2022



ANEXOS 3- BALANCES ANUALES NO DEFLACIONADOS

APAE-FOZ/2015-2022.

Balance año 2015:

APAE - ASSOC. DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS DE FOZ DO IGUAÇU		Folha 4
C N P J: 77.413.649/0001-69		
N I R E: 257-FL.104-L-1A		
DEMONSTRAÇÃO DO SUPERAVIT OU DEFICIT		
EM 31 DE DEZEMBRO DE 2015		
VALORES EM REAIS		
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	-2.363.378,09	
RECEITAS DE ENTIDADES	-2.363.378,09	
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM MEIO	-546.064,68	
CONTRIBUIÇÕES E DOAÇÕES	-176.695,58	
BAZAR	-259.199,60	
OUTRAS RECEITAS	-12.730,61	
PROMOÇÕES	-97.438,89	
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM EDUCAÇÃO	-1.012.950,73	
CONVENIO GOVERNO ESTADUAL	-765.020,13	
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	-71.907,00	
GRATUIDADE OFERECIDA	-176.023,60	
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM SAUDE	-454.462,18	
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	-125.224,18	
GRATUIDADE OFERECIDA	-329.238,00	
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM ASSISTENCIA SOCIAL	-349.900,50	
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	-15.840,00	
CONVENIO GOVERNO FEDERAL	-90.786,00	
GRATUIDADE OFERECIDA	-243.274,50	
(-) DEDUCOES DA RECEITA BRUTA	39.248,74	
DEVOLUCOES DE SUBVENCOES ATIVIDADE EDUCACAO	38.712,70	
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	38.712,70	
DEVOLUCOES DE SUBVENCOES ATIVIDADE ASSIST SOCIAL	536,04	
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	536,04	
RECEITA LIQUIDA OPERACIONAL	-2.324.129,35	
LUCRO BRUTO	-2.324.129,35	
DESPESAS AMINISTRATIVAS	2.116.530,59	
DESPESAS COM O PESSOAL	941.724,03	
DESPESAS COM PESSOAL ATIVIDADE FIM ASSIST S	445.358,90	
DESPESAS COM PESSOAL ATIVIDADE FIM EDUCAÇÃO	496.365,13	
OCUPACAO	62.343,93	
DEPRECIACAO E AMORTIZACAO	62.343,93	
DESPESAS OPERACIONAIS	1.107.352,13	
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM ASSIT S	243.274,50	
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM SAUDE	330.522,23	
DESPESAS OPERACIONAIS ATVIDADE FIM EDUCAÇÃO	299.830,41	
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE MEIO	233.724,99	
DESPESAS GERAIS	1.427,56	
MENSALIDADES	1.427,56	
IMPOSTOS E TAXAS	2.959,38	
IMPOSTOS E TAXAS	248,20	
IPTU	2.174,56	
IPVA	536,62	

APAE - ASSOC. DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS DE FOZ DO IGUAÇU
C N P J: 77.413.649/0001-69
N I R E: 257-FL.104-L-1A
DEMONSTRAÇÃO DO SUPERAVIT OU DEFICIT
EM 31 DE DEZEMBRO DE 2015

Folha 5

VALORES EM REAIS	
DESPESAS NAO DEDUTIVEIS DO IR	723,56
MULTAS	723,56
SUPERAVIT ANTES DA RECEITA E DESPESAS FINANCEIRAS	-207.598,76
RESULTADOS FINANCEIROS LIQUIDOS	-7.531,13
DESPESAS FINANCEIRAS	5.940,34
DESPESA BANCÁRIA	2.070,45
IOF/IOC	10,91
JUROS PASSIVOS	3.858,98
RECEITAS FINANCEIRAS	-13.471,47
REC.DE TÍTULOS VINC.MERC.ABERTO	-13.471,47
SUPERAVIT ANTES DOS IMPOSTOS SOBRE O LUCRO	-215.129,89
SUPERAVIT LIQUIDO DAS OPERACOES CONTINUADAS	-215.129,89
GANHOS E PERDAS DO ATIVO NAO CIRCULANTE	23.134,28
GANHOS/PERDAS ATIVO IMOBILIZADO	23.134,28
CUSTOS DOS BENS ALIENADOS	23.134,28
DEFICIT DAS OPERACOES DESCONTINUADAS	23.134,28
SUPERAVIT LIQUIDO DO EXERCICIO	-191.995,61

DECLARAÇÃO

- A - Sob as penas da lei, declaramos que as informações aqui contidas são verdadeiras, nos responsabilizamos por todas elas.
C - A Sociedade não possui Conselho Fiscal instalado.
D - A Sociedade não possui Auditoria Independente.

FOZ DO IGUAÇU, 31 DE DEZEMBRO DE 2015.

APARECIDO PORFIRIO DOS SANTOS
PRESIDENTE
CPF: 808.426.909-72

MIGUEL GERSON AIRES DOS SANTOS
CONTADOR
CRC: PR-016106/O-6

Balance año 2016:

APAE - ASSOC. DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS DE FOZ DO IGUAÇU	
C N P J: 77.413.649/0001-69	Folha 5
N I R E: 257-FL.104-L-1A	
DEMONSTRAÇÃO DO SUPERAVIT OU DEFICIT	
EM 31 DE DEZEMBRO DE 2016	

	VALORES EM REAIS
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	-2.028.011,99
RECEITAS DE ENTIDADES	-2.028.011,99
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM MEIO	-435.902,02
CONTRIBUIÇÕES E DOAÇÕES	-266.886,27
BAZAR	-38.106,16
JANTAR BAILE/2016	-20.684,90
RIFAS	-1.817,00
NOTA PARANA	-8.993,36
MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO	-3.000,00
OUTRAS RECEITAS	-14.100,91
PROMOÇÕES E EVENTOS	-61.734,94
TROCO SOLIDÁRIO	-5.589,59
PROJETO APLUB	-14.988,89
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM EDUCAÇÃO	-888.343,67
CONVENIO GOVERNO ESTADUAL	-599.202,27
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	-71.907,00
CONVENIO GOVERNO FEDERAL	-36.780,00
GRATUIDADE OFERECIDA	-180.454,40
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM SAÚDE	-508.773,80
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	-137.703,80
GRATUIDADE OFERECIDA	-371.070,00
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM ASSISTENCIA SOCIAL	-194.992,50
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	-68.832,00
CONVENIO GOVERNO FEDERAL	-90.786,00
GRATUIDADE OFERECIDA	-35.374,50
(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA	3.370,43
DEVOLUÇÕES DE SUBVENÇÕES ATIVIDADE ASSIST SOCIAL	3.370,43
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	3.370,43
RECEITA LÍQUIDA OPERACIONAL	-2.024.641,56
LUCRO BRUTO	-2.024.641,56
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	1.999.384,99
DESPESAS COM O PESSOAL	1.000.662,89
DESPESAS COM PESSOAL ATIVIDADE FIM ASSIST S	503.507,28
DESPESAS COM PESSOAL ATIVIDADE FIM EDUCAÇÃO	497.155,61
OCUPAÇÃO	59.368,79
DEPRECIACAO E AMORTIZACAO	59.368,79
DESPESAS OPERACIONAIS	926.812,75
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM ASSIT S	35.374,50
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM SAÚDE	371.070,00
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM EDUCAÇÃO	342.543,73
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE MEIO	177.824,52
DESPESAS GERAIS	1.549,52
MENSALIDADES	1.549,52

APAE - ASSOC. DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS DE FOZ DO IGUAÇU
C N P J: 77.413.649/0001-69
N I R E: 257-FL.104-L-1A
DEMONSTRAÇÃO DO SUPERAVIT OU DEFICIT
EM 31 DE DEZEMBRO DE 2016

Folha 6

	VALORES EM REAIS
IMPOSTOS E TAXAS	10.888,89
IMPOSTOS E TAXAS	10.714,65
IPVA	174,24
DESPESAS NAO DEDUTIVEIS DO IR	102,15
MULTAS	102,15
SUPERAVIT ANTES DA RECEITA E DESPESAS FINANCEIRAS	-25.256,57
RESULTADOS FINANCEIROS LIQUIDOS	-5.209,64
DESPESAS FINANCEIRAS	5.256,24
DESPESA BANCÁRIA	1.698,96
IOF/IOC	81,94
IR S/ APLICACAO FINANCEIRA	203,01
JUROS PASSIVOS	3.272,33
RECEITAS FINANCEIRAS	-10.465,88
REC.DE TÍTULOS VINC.MERC.ABERTO	-10.465,88
SUPERAVIT ANTES DOS IMPOSTOS SOBRE O LUCRO	-30.466,21
SUPERAVIT LIQUIDO DAS OPERACOES CONTINUADAS	-30.466,21
GANHOS E PERDAS DO ATIVO NAO CIRCULANTE	27.531,20
GANHOS/PERDAS ATIVO IMOBILIZADO	27.531,20
CUSTOS DOS BENS ALIENADOS	27.531,20
DEFICIT DAS OPERACOES DESCONTINUADAS	27.531,20
SUPERAVIT LIQUIDO DO EXERCICIO	-2.935,01

APAE - ASSOC. DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS DE FOZ DO IGUACU

C N P J: 77.413.649/0001-69

N I R E: 257-FL.104-L-1A

DEMONSTRAÇÃO DO SUPERAVIT OU DEFICIT

EM 31 DE DEZEMBRO DE 2016

Folha 7

VALORES EM REAIS

DECLARAÇÃO

- A - Sob as penas da lei, declaramos que as informações aqui contidas
são verdadeiras, nos responsabilizamos por todas elas.
C - A Sociedade não possui Conselho Fiscal instalado.
D - A Sociedade não possui Auditoria Independente.

FOZ DO IGUACU, 31 DE DEZEMBRO DE 2016.

LILIAN RAQUEL RUBENICH
PRESIDENTA
CPF: 023.427.009-89

ALEXEI DA COSTA SANTOS
CONTADOR
CRC: PR-060545/O-7

Balance año 2017:

APAE - ASSOC. DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS DE FOZ DO IGUAÇU

C N P J: 77.413.649/0001-69

Folha 1

DEMONSTRAÇÃO DO SUPERAVIT OU DEFICIT

EM 31 DE DEZEMBRO DE 2016 E 31 DE DEZEMBRO DE 2017

	VALORES EM REAIS	
	DEZEMBRO 2017	DEZEMBRO 2016
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	-2.539.362,18	-2.028.011,99
RECEITAS DE ENTIDADES	-2.539.362,18	-2.028.011,99
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM MEIO	-559.688,53	-435.902,02
CONTRIBUIÇÕES E DOAÇÕES	-125.551,68	-266.886,27
BAZAR	-140.513,30	-38.106,16
JANTAR BAILE/2016	0,00	-20.684,90
RIFAS	-13.733,25	-1.817,00
NOTA PARANA	-177.584,07	-8.993,36
MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO	-3.000,00	-3.000,00
OUTRAS RECEITAS	-31.613,44	-14.100,91
PROMOÇÕES E EVENTOS	-47.291,41	-61.734,94
TROCO SOLIDÁRIO	-20.401,38	-5.589,59
PROJETO APLUB	0,00	-14.988,89
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM EDUCAÇÃO	-988.858,19	-888.343,67
CONVENIO GOVERNO ESTADUAL	-726.185,99	-599.202,27
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	-71.907,00	-71.907,00
CONVENIO GOVERNO FEDERAL	-26.020,00	-36.780,00
GRATUIDADE OFERECIDA	-164.745,20	-180.454,40
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM SAÚDE	-796.655,36	-508.773,80
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	-244.145,36	-137.703,80
GRATUIDADE OFERECIDA	-552.510,00	-371.070,00
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM ASSISTÊNCIA SOCIAL	-194.160,10	-194.992,50
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	-58.549,60	-68.832,00
CONVENIO GOVERNO FEDERAL	-90.786,00	-90.786,00
GRATUIDADE OFERECIDA	-44.824,50	-35.374,50
(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA	61.324,16	3.370,43
DEVOLUÇÕES DE SUBVENÇÕES ATIVIDADE EDUCAÇÃO	57.755,80	0,00
DEVOLUÇÃO GOVERNO DO ESTADO	57.755,80	0,00
DEVOLUÇÕES DE SUBVENÇÕES ATIVIDADE ASSIST SOCIAL	3.568,36	3.370,43
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	3.568,36	3.370,43
RECEITA LÍQUIDA OPERACIONAL	-2.478.038,02	-2.024.641,56
LUCRO BRUTO	-2.478.038,02	-2.024.641,56
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	2.350.965,78	1.999.384,99
DESPESAS COM O PESSOAL	1.206.953,66	1.000.662,89
DESPESAS COM PESSOAL ATIVIDADE FIM ASSIST S	646.076,67	503.507,28
DESPESAS COM PESSOAL ATIVIDADE FIM EDUCAÇÃO	560.876,99	497.155,61
OCUPAÇÃO	71.710,06	59.368,79
DEPRECIACAO E AMORTIZACAO	71.710,06	59.368,79
DESPESAS OPERACIONAIS	1.067.016,76	926.812,75
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM ASSIT S	46.353,30	35.374,50
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM SAÚDE	552.510,00	371.070,00
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM EDUCAÇÃO	256.047,05	342.543,73
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE MEIO	212.106,41	177.824,52
DESPESAS GERAIS	1.664,67	1.549,52

APAE - ASSOC. DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS DE FOZ DO IGUAÇU

C N P J: 77.413.649/0001-69

Folha 2

DEMONSTRAÇÃO DO SUPERAVIT OU DEFICIT

EM 31 DE DEZEMBRO DE 2016 E 31 DE DEZEMBRO DE 2017

	VALORES EM REAIS	
	DEZEMBRO 2017	DEZEMBRO 2016
MATERIAL USO E CONSUMO	397,87	0,00
MENSALIDADES	1.266,80	1.549,52
IMPOSTOS E TAXAS	3.620,63	10.888,89
IMPOSTOS E TAXAS	432,59	10.714,65
IPTU	2.578,82	0,00
IPVA	609,22	174,24
DESPESAS NAO DEDUTIVEIS DO IR	0,00	102,15
MULTAS	0,00	102,15
SUPERAVIT ANTES DA RECEITA E DESPESAS FINANCEIRAS	-127.072,24	-25.256,57
RESULTADOS FINANCEIROS LIQUIDOS	3.211,12	-5.209,64
DESPESAS FINANCEIRAS	13.760,45	5.256,24
COMISSOES E DESPESAS BANCARIAS	2.734,94	0,00
DESCONTOS CONCEDIDOS	1.943,82	0,00
DESPESA BANCÁRIA	6.539,13	1.698,96
IOF/IOC	2.867,51	81,94
IR S/ APLICACAO FINANCEIRA	2.768,70	203,01
JUROS PASSIVOS	2.734,94	3.272,33
JUROS/MULTA S/TRIBUTOS	10.581,05	0,00
VARIACAO MONETARIA	2.734,94	0,00
RECEITAS FINANCEIRAS	-10.549,33	-10.465,88
REC.DE TÍTULOS VINC.MERC.ABERTO	-10.549,33	-10.465,88
SUPERAVIT ANTES DOS IMPOSTOS SOBRE O LUCRO	-123.861,12	-30.466,21
SUPERAVIT LIQUIDO DAS OPERACOES CONTINUADAS	-123.861,12	-30.466,21
GANHOS E PERDAS DO ATIVO NAO CIRCULANTE	0,00	27.531,20
GANHOS/PERDAS ATIVO IMOBILIZADO	0,00	27.531,20
CUSTOS DOS BENS ALIENADOS	0,00	27.531,20
DEFICIT DAS OPERACOES DESCONTINUADAS	0,00	27.531,20
SUPERAVIT LIQUIDO DO EXERCICIO	-123.861,12	-2.935,01

Reconhecemos a exatidão da presente DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO levado a efeito em 31 de dezembro de 2017, em suas respectivas importâncias.

FOZ DO IGUAÇU, 31 DE DEZEMBRO DE 2017.

FREDERICO GANEM FILHO
PRESIDENTE
CPF: 905.627.127-04

ALEXEI DA COSTA SANTOS
CONTADOR
CRC: PR-060545/O-7

Balance año 2018:

APAE - ASSOC. DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS DE FOZ DO IGUAÇU

C N P J: 77.413.649/0001-69

Folha 1

DEMONSTRAÇÃO DO SUPERAVIT OU DEFICIT

EM 31 DE DEZEMBRO DE 2017 E 31 DE DEZEMBRO DE 2018

	VALORES EM REAIS	
	DEZEMBRO 2018	DEZEMBRO 2017
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	-2.946.638,86	-2.539.362,18
RECEITAS DE ENTIDADES	-2.946.638,86	-2.539.362,18
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM MEIO	-498.408,66	-559.688,53
CONTRIBUIÇÕES E DOAÇÕES	-59.842,19	-125.551,68
BAZAR	-18.765,65	-140.513,30
RIFAS	-3.175,00	-13.733,25
NOTA PARANA	-313.014,30	-177.584,07
MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO	0,00	-3.000,00
OUTRAS RECEITAS	-12.075,99	-31.613,44
PROMOÇÕES E EVENTOS	-39.895,93	-47.291,41
TROCO SOLIDÁRIO	-51.639,60	-20.401,38
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM EDUCAÇÃO	-968.224,62	-988.858,19
CONVENIO GOVERNO ESTADUAL	-760.491,02	-726.185,99
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	0,00	-71.907,00
CONVENIO GOVERNO FEDERAL	-21.640,00	-26.020,00
GRATUIDADE OFERECIDA	-186.093,60	-164.745,20
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM SAÚDE	-1.386.765,58	-796.655,36
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	-565.592,08	-244.145,36
GRATUIDADE OFERECIDA	-821.173,50	-552.510,00
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM ASSISTÊNCIA SOCIAL	-93.240,00	-194.160,10
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	0,00	-58.549,60
CONVENIO GOVERNO FEDERAL	0,00	-90.786,00
GRATUIDADE OFERECIDA	-93.240,00	-44.824,50
(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA	2.387,84	61.324,16
DEVOLUÇÕES DE SUBVENÇÕES ATIVIDADE EDUCAÇÃO	0,00	57.755,80
DEVOLUÇÃO GOVERNO DO ESTADO	0,00	57.755,80
DEVOLUÇÕES DE SUBVENÇÕES ATIVIDADE ASSIST SOCIAL	2.387,84	3.568,36
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	2.387,84	3.568,36
RECEITA LÍQUIDA OPERACIONAL	-2.944.251,02	-2.478.038,02
LUCRO BRUTO	-2.944.251,02	-2.478.038,02
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	3.062.081,56	2.350.965,78
DESPESAS COM O PESSOAL	1.564.642,43	1.206.953,66
DESPESAS COM PESSOAL ATIVIDADE FIM ASSIST S	567.785,10	646.076,67
DESPESAS COM PESSOAL ATIVIDADE FIM EDUCAÇÃO	996.728,76	560.876,99
DESPESAS COM O PESSOAL ATIVIDADE FIM SAÚDE	128,57	0,00
OCUPAÇÃO	80.180,52	71.710,06
BENS DE PEQUENO VALOR	1.710,00	0,00
DEPRECIACAO E AMORTIZACAO	78.470,52	71.710,06
DESPESAS OPERACIONAIS	1.405.271,22	1.067.016,76
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM ASSIT S	93.972,97	46.353,30
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM SAÚDE	821.173,50	552.510,00
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM EDUCAÇÃO	307.988,82	256.047,05
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE MEIO	181.078,89	212.106,41
DESPESAS OPERACIONAIS	1.057,04	0,00

APAE - ASSOC. DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS DE FOZ DO IGUAÇU

C N P J: 77.413.649/0001-69

Folha 2

DEMONSTRAÇÃO DO SUPERAVIT OU DEFICIT

EM 31 DE DEZEMBRO DE 2017 E 31 DE DEZEMBRO DE 2018

	VALORES EM REAIS	
	DEZEMBRO 2018	DEZEMBRO 2017
DESPESAS GERAIS	1.466,75	1.664,67
MATERIAL USO E CONSUMO	98,77	397,87
MENSALIDADES	1.367,98	1.266,80
IMPOSTOS E TAXAS	10.520,64	3.620,63
IMPOSTOS E TAXAS	980,42	432,59
IPTU	8.985,60	2.578,82
IPVA	554,62	609,22
DEFICIT/SUPERAVIT ANTES DA RECEITA E DESPESAS FINANCEIRAS	117.830,54	-127.072,24
RESULTADOS FINANCEIROS LIQUIDOS	-9.335,45	3.211,12
DESPESAS FINANCEIRAS	4.810,16	13.760,45
DESCONTOS CONCEDIDOS	0,00	-791,12
DESPESA BANCÁRIA	4.561,15	3.804,19
IOF/IOC	85,16	132,57
IR S/ APLICACAO FINANCEIRA	127,37	33,76
IRRF S/ CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS	0,00	2.734,94
JUROS/MULTA S/TRIBUTOS	36,48	7.846,11
RECEITAS FINANCEIRAS	-14.145,61	-10.549,33
REC.DE TÍTULOS VINC.MERC.ABERTO	-14.145,61	-10.549,33
DEFICIT/SUPERAVIT ANTES DOS IMPOSTOS SOBRE O LUCRO	108.495,09	-123.861,12
DEFICIT/SUPERAVIT LIQUIDO DAS OPERACOES CONTINUADAS	108.495,09	-123.861,12
RESULTADO DAS OPERACOES DESCONTINUADAS	0,00	0,00
DEFICIT/SUPERAVIT LIQUIDO DO EXERCICIO	108.495,09	-123.861,12

Reconhecemos a exatidão da presente DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO levado a efeito em 31 de dezembro de 2018, em suas respectivas importâncias.

FOZ DO IGUAÇU, 31 DE DEZEMBRO DE 2018.

FREDERICO GANEM FILHO
PRESIDENTE
CPF: 905.627.127-04

ALEXEI DA COSTA SANTOS
CONTADOR
CRC: PR-060545/O-7

Balance año 2019:

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO			
Entidade: APAE - ASSOC. DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS DE FOZ DO IGUAÇU Período da Escrituração: 01/01/2019 a 31/12/2019 CNPJ: 77.413.649/0001-69 Número de Ordem do Livro: 26 Período Selecionado: 01 de Janeiro de 2019 a 31 de Dezembro de 2019			
DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS			
Descrição	Nota	Saldo anterior	Saldo atual
RECEITA OPERACIONAL BRUTA		R\$ 2.946.638,86	R\$ 3.805.612,68
RECEITAS DE ENTIDADES		R\$ 2.946.638,86	R\$ 3.805.612,68
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM MEIO		R\$ 498.408,66	R\$ 768.886,24
CONTRIBUIÇÕES E DOAÇÕES		R\$ 59.842,19	R\$ 80.936,47
BAZAR		R\$ 18.765,65	R\$ 118.919,56
NOTA PARANA		R\$ 313.014,30	R\$ 429.617,68
OUTRAS RECEITAS		R\$ 12.075,99	R\$ 69.478,31
PROMOÇÕES E EVENTOS		R\$ 39.895,93	R\$ 52.993,87
TROCO SOLIDARIO		R\$ 51.639,60	R\$ 16.940,35
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM EDUCAÇÃO		R\$ 1.186.024,62	R\$ 2.218.081,97
CONVENIO GOVERNO ESTADUAL		R\$ 760.491,02	R\$ 1.624.834,09
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL		R\$ 217.800,00	R\$ 373.335,48
CONVENIO GOVERNO FEDERAL		R\$ 21.640,00	R\$ 25.360,00
GRATUIDADE OFERECIDA		R\$ 186.093,60	R\$ 194.552,40
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM SAUDE		R\$ 1.168.965,58	R\$ 707.512,47
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL		R\$ 347.792,08	R\$ 347.026,47
GRATUIDADE OFERECIDA		R\$ 821.173,50	R\$ 360.486,00
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM ASSISTENCIA SOCIAL		R\$ 93.240,00	R\$ 111.132,00
GRATUIDADE OFERECIDA		R\$ 93.240,00	R\$ 111.132,00
(-) (-) DEDUCOES DA RECEITA BRUTA		R\$ (2.387,84)	R\$ (893,33)
(-) DEVOLUCOES DE SUBVENCOES ATIVIDADE ASSIST SOCIAL		R\$ (2.387,84)	R\$ (893,33)
(-) CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL		R\$ (2.387,84)	R\$ (893,33)
RECEITA LIQUIDA OPERACIONAL		R\$ 2.944.251,02	R\$ 3.804.719,35
LUCRO BRUTO		R\$ 2.944.251,02	R\$ 3.804.719,35
(-) DESPESAS AMINISTRATIVAS		R\$ (3.062.081,56)	R\$ (3.218.063,53)
(-) DESPESAS COM O PESSOAL		R\$ (1.564.642,43)	R\$ (2.048.142,11)
(-) DESPESAS COM PESSOAL ATIV. FIM ASSIST SOCIAL		R\$ (567.785,10)	R\$ (407.300,44)
VALE TRANSPORTE		R\$ 813,06	R\$ 885,09
(-) 13º SALARIOS		R\$ (23.855,14)	R\$ (20.220,61)
(-) FÉRIAS		R\$ (38.401,62)	R\$ (38.264,32)

(-) FGTS		R\$ (74.683,40)	R\$ (136.047,55)
(-) INSS		R\$ (237.182,09)	R\$ (360.223,94)
(-) VALE TRANSPORTE		R\$ (4.558,57)	R\$ (5.199,99)
(-) ISENÇÃO DO INSS		R\$ 237.182,09	R\$ 360.223,94
(-) ASSISTENCIA MEDICA E SOCIAL		R\$ (25,00)	R\$ (575,00)
(-) DESPESAS COM PESSOAL ATIV. FIM SAUDE		R\$ (128,57)	R\$ (400,00)
(-) DESPESAS C/ ALIMENTACAO		R\$ (128,57)	R\$ (400,00)
(-) OCUPACAO		R\$ (78.470,52)	R\$ (74.775,89)
(-) DEPRECIACAO E AMORTIZACAO		R\$ (78.470,52)	R\$ (74.775,89)
(-) DESPESAS OPERACIONAIS		R\$ (1.406.981,22)	R\$ (1.087.400,00)
(-) DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM ASSIT SOCIAL		R\$ (93.972,97)	R\$ (111.132,00)
(-) GRATUIDADE OFERECIDA		R\$ (93.240,00)	R\$ (111.132,00)
(-) DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM SAUDE		R\$ (821.173,50)	R\$ (360.486,00)
(-) GRATUIDADE OFERECIDA		R\$ (821.173,50)	R\$ (360.486,00)
(-) DESPESAS OPERACIONAIS ATIV. FIM EDUCACAO		R\$ (307.988,82)	R\$ (405.293,87)
(-) ENERGIA ELETRICA		R\$ (65.238,74)	R\$ (56.333,43)
(-) AGUA E ESGOTO		R\$ (39.645,90)	R\$ (32.777,56)
(-) TELEFONE/COMUNICAÇÕES		R\$ (13.177,94)	R\$ (17.508,29)
(-) MATERIAL DE USO E CONSUMO		R\$ (0,00)	R\$ (99.677,49)
(-) SISTEMA DE ALARME		R\$ (3.832,64)	R\$ (4.284,70)
(-) IMPRESSOS E PUBLICACAO		R\$ (0,00)	R\$ (160,00)
(-) GRATUIDADE OFERECIDA		R\$ (186.093,60)	R\$ (194.552,40)
(-) DESPESAS OPERACIONAIS ATIV. MEIO		R\$ (182.788,89)	R\$ (210.488,13)
(-) ENERGIA ELETRICA		R\$ (0,00)	R\$ (613,14)
(-) AGUA E ESGOTO		R\$ (0,00)	R\$ (371,29)
(-) TELEFONE/COMUNICAÇÕES		R\$ (0,00)	R\$ (371,82)
(-) HONORÁRIO CONTABIL		R\$ (23.634,49)	R\$ (30.930,53)
(-) MATERIAL DE USO E CONSUMO		R\$ (68.172,59)	R\$ (51.601,15)
(-) ALUGUEIS E CONDOMINIOS		R\$ (5.429,36)	R\$ (5.753,65)
(-) SERVIÇOS DE TERCEIROS - PJ		R\$ (10.609,06)	R\$ (65.609,60)
(-) MANUTENÇÃO E REPAROS		R\$ (29.823,90)	R\$ (23.805,44)
(-) COMBUSTIVEIS E LUBRIFICANTES		R\$ (9.678,26)	R\$ (11.121,10)
(-) MANUTENÇÃO DE VEICULOS		R\$ (3.184,90)	R\$ (4.161,84)
(-) CORREIOS E MALOTES		R\$ (282,06)	R\$ (69,25)
(-) MATERIAIS DE ESCRITORIO E EXPEDIENTE		R\$ (24.602,27)	R\$ (9.801,69)
(-) SEGUROS		R\$ (6.050,83)	R\$ (5.364,73)
(-) VIAGENS E ESTADIAS		R\$ (1.183,47)	R\$ (912,90)
(-) IMPOSTOS E TAXAS		R\$ (10.520,64)	R\$ (7.745,53)
(-) IMPOSTOS E TAXAS		R\$ (980,42)	R\$ (7.436,96)
(-) IPVA		R\$ (554,62)	R\$ (308,57)

LUCRO ANTES DA RECEITA E DESPESAS FINANCEIRAS	R\$ (117.830,54)	R\$ 586.655,82
LUCROS FINANCEIROS LIQUIDOS	R\$ 9.335,45	R\$ 8.934,66
(-) DESPESAS FINANCEIRAS	R\$ (4.810,16)	R\$ (7.030,23)
(-) DESPESA BANCÁRIA	R\$ (4.561,15)	R\$ (5.850,77)
(-) IOF/IOC	R\$ (85,16)	R\$ (49,77)
(-) IR S/ APLICACAO FINANCEIRA	R\$ (127,37)	R\$ (33,69)
(-) JUROS/MULTA S/TRIBUTOS	R\$ (36,48)	R\$ (1.096,00)
RECEITAS FINANCEIRAS	R\$ 14.145,61	R\$ 15.964,89
REC.DE TÍTULOS VINC.MERC.ABERTO	R\$ 14.145,61	R\$ 15.964,89
LUCRO ANTES DOS IMPOSTOS SOBRE O LUCRO	R\$ (108.495,09)	R\$ 595.590,48
LUCRO LIQUIDO DAS OPERACOES CONTINUADAS	R\$ (108.495,09)	R\$ 595.590,48
GANHOS E PERDAS DO ATIVO NAO CIRCULANTE	R\$ (0,00)	R\$ 10.500,00
GANHOS / PERDA COM INVESTIMENTOS	R\$ (0,00)	R\$ 10.500,00
GANHOS/PERDAS ATIVO IMOBILIZADO	R\$ (0,00)	R\$ 10.500,00
ALIENACAO BENS ATIVO IMOBILIZADO	R\$ (0,00)	R\$ 10.500,00
(-) CUSTOS DOS BENS ALIENADOS	R\$ (0,00)	R\$ (0,00)
(-) CUSTO DO IMOBILIZADO	R\$ (0,00)	R\$ (15.000,00)
DEPRECIACAO ACUMULADA	R\$ (0,00)	R\$ 15.000,00
LUCRO DAS OPERACOES DESCONTINUADAS	R\$ (0,00)	R\$ 10.500,00
LUCRO LIQUIDO DO EXERCICIO	R\$ (108.495,09)	R\$ 606.090,48

Este documento é parte integrante de escrituração cuja autenticação se comprova pelo recibo de número 91.AF.36.E6.49.5A.FD.A5.03.7C.44.DD.B6.50.D1.D9.D9.EF.73.06-6, nos termos do Decreto nº 9.555/2018.

Este relatório foi gerado pelo Sistema Público de Escrituração Digital – Sped

Versão 7.0.5 do Visualizador

Página 1 de 1

Balance año 2020:

APAE - ASSOC. DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS DE FOZ DO IGUAÇU			Folha 1
C N P J: 77.413.649/0001-69			
DEMONSTRAÇÃO DO SUPERAVIT OU DEFICIT			
EM 31 DE DEZEMBRO DE 2019 E 31 DE DEZEMBRO DE 2020			
	VALORES	EM REAIS	
	DEZEMBRO 2020	DEZEMBRO 2019	
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	-3.567.997,76	-3.805.612,68	
RECEITAS DE ENTIDADES	-3.567.997,76	-3.805.612,68	
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM MEIO	-469.159,14	-768.886,24	
CONTRIBUIÇÕES E DOAÇÕES	-31.071,35	-80.936,47	
BAZAR	-14.105,54	-118.919,56	
RIFAS	-1.018,00	0,00	
NOTA PARANA	-288.861,88	-429.617,68	
OUTRAS RECEITAS	-10.095,00	-69.478,31	
PROMOÇÕES E EVENTOS	-110.703,57	-52.993,87	
TROCO SOLIDARIO	-13.303,80	-16.940,35	
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM EDUCAÇÃO	-2.202.967,80	-2.218.081,97	
CONVENIO GOVERNO ESTADUAL	-1.646.186,30	-1.624.834,09	
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	-355.423,50	-373.335,48	
CONVENIO GOVERNO FEDERAL	-26.140,00	-25.360,00	
GRATUIDADE OFERECIDA	-175.218,00	-194.552,40	
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM SAUDE	-721.293,00	-707.512,47	
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	-607.042,50	-347.026,47	
GRATUIDADE OFERECIDA	-114.250,50	-360.486,00	
RECEITAS DA ATIVIDADE FIM ASSISTENCIA SOCIAL	-174.577,82	-111.132,00	
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	-144.873,32	0,00	
GRATUIDADE OFERECIDA	-29.704,50	-111.132,00	
(-) DEDUCOES DA RECEITA BRUTA	39.441,85	893,33	
DEVOLUCOES DE SUBVENCOES ATIVIDADE ASSIST SOCIAL	39.441,85	893,33	
CONVENIO GOVERNO MUNICIPAL	39.441,85	893,33	
RECEITA LIQUIDA OPERACIONAL	-3.528.555,91	-3.804.719,35	
LUCRO BRUTO	-3.528.555,91	-3.804.719,35	
DESPESAS Aministrativas	3.207.270,36	3.218.063,53	
DESPESAS COM O PESSOAL	1.947.028,11	2.048.142,11	
DESPESAS COM PESSOAL ATIV. FIM ASSIST SOCI	470.301,55	407.300,44	
DESPESAS COM PESSOAL ATIV. FIM EDUCAÇÃO	1.476.726,56	1.640.441,67	
DESPESAS COM PESSOAL ATIV. FIM SAUDE	0,00	400,00	
OCUPACAO	72.446,46	74.775,89	
DEPRECIACAO E AMORTIZACAO	72.446,46	74.775,89	
DESPESAS OPERACIONAIS	1.182.331,30	1.087.400,00	
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM ASSIT	33.079,50	111.132,00	
DESPESAS OPERACIONAIS ATIVIDADE FIM SAUDE	114.250,50	360.486,00	
DESPESAS OPERACIONAIS ATV. FIM EDUCAÇÃO	378.999,49	405.293,87	
DESPESAS OPERACIONAIS ATIV. MEIO	656.001,81	210.488,13	
DESPESAS GERAIS	2.464,64	0,00	
MENSALIDADES	2.464,64	0,00	
IMPOSTOS E TAXAS	2.749,85	7.745,53	
IMPOSTOS E TAXAS	0,00	7.436,96	
IPTU	2.749,85	0,00	
IPVA	0,00	308,57	

APAE - ASSOC. DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS DE FOZ DO IGUAÇU

C N P J: 77.413.649/0001-69

Folha 2

DEMONSTRAÇÃO DO SUPERAVIT OU DEFICIT

EM 31 DE DEZEMBRO DE 2019 E 31 DE DEZEMBRO DE 2020

	VALORES EM REAIS	
	DEZEMBRO 2020	DEZEMBRO 2019
DESPESAS NAO DEDUTIVEIS DO IR	250,00	0,00
MULTAS	250,00	0,00
SUPERAVIT ANTES DA RECEITA E DESPESAS FINANCEIRAS	-321.285,55	-586.655,82
RESULTADOS FINANCEIROS LIQUIDOS	-5.025,54	-8.934,66
DESPESAS FINANCEIRAS	7.884,43	7.030,23
DESPESA BANCÁRIA	4.921,84	5.850,77
IOF/IOC	411,93	49,77
IR S/ APLICACAO FINANCEIRA	68,25	33,69
JUROS/MULTA S/TRIBUTOS	2.482,41	1.096,00
RECEITAS FINANCEIRAS	-12.909,97	-15.964,89
REC.DE TÍTULOS VINC.MERC.ABERTO	-12.909,97	-15.964,89
SUPERAVIT ANTES DOS IMPOSTOS SOBRE O LUCRO	-326.311,09	-595.590,48
SUPERAVIT LIQUIDO DAS OPERACOES CONTINUADAS	-326.311,09	-595.590,48
GANHOS E PERDAS DO ATIVO NAO CIRCULANTE	0,00	-10.500,00
GANHOS / PERDA COM INVENTIMENTOS	0,00	-10.500,00
GANHOS/PERDAS ATIVO IMOBILIZADO	0,00	-10.500,00
ALIENACAO BENS ATIVO IMOBILIZADO	0,00	-10.500,00
CUSTOS DOS BENS ALIENADOS	0,00	0,00
CUSTO DO IMOBILIZADO	0,00	15.000,00
DEPRECIACAO ACUMULADA	0,00	-15.000,00
SUPERAVIT DAS OPERACOES DESCONTINUADAS	0,00	-10.500,00
SUPERAVIT LIQUIDO DO EXERCICIO	-326.311,09	-606.090,48

Reconhecemos a exatidão da presente DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO levado a efeito em 31 de dezembro de 2020, em suas respectivas importâncias.

FOZ DO IGUAÇU, 31 DE DEZEMBRO DE 2020.

LEONARDO CORREA LUGON
PRESIDENTE
CPF: 084.435.227-63

ALEXEI DA COSTA
SANTOS:02252125950
Assinado de forma digital por
ALEXEI DA COSTA
SANTOS:02252125950
Dados: 2021.04.30 15:06:12 -03'00'

ALEXEI DA COSTA SANTOS
CONTADOR
CRC: PR-060545/O-7

Balance año 2021:

Empresa: APAE ASSOC DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEP DE FOZ DO IGUAÇU C.N.P.J.: 77.413.649/0001-69 Período: 01/01/2021 - 31/12/2021		Folha: 0001 Número livro: 0001 Emissão: 30/05/2022 Hora: 15:25:47
DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO EM 31/12/2021		
Descrição	Saldo	Total
ORIGEM DOS RECURSOS		
RECETAS BAZARES/FESTAS E PROMOÇÕES	282.873,70	
TROCO SOLIDÁRIO	10.988,50	
DOAÇÕES RECEBIDAS PESSOAS FISICAS	19.290,29	
DOAÇÕES RECEBIDAS PESSOA JURUDICA	3.943,60	
RECETA NOTAS PARANÁ	223.523,68	
SUBVENÇÃO CONVENIO ITAIPU	1.219.435,43	
SUBVENÇÃO CONVENIO ESTADUAL	2.222.747,51	
SUBVENÇÃO CONVENIO MUNICIPAL SAUDE	435.854,90	
SUBVENÇÃO CONVENIO MUNICIPAL SMED	390.829,96	4.809.487,57
DEVOLUÇÃO DE RECURSOS		
(-) DEVOLUÇÃO SUBVENÇÃO CONVENIO ESTADUAL	(683.796,49)	
(-) DEVOLUÇÃO SUBVENÇÃO CONVENIO MUNICIPAL	(1.523,84)	(685.320,33)
RECETA LÍQUIDA		4.124.167,24
CUSTOS PESSOAL MEIO		
SALARIOS E ORDENADOS	(164.999,65)	
FERIAS E ADICIONAIS	(22.996,59)	
13o. SALARIO	(15.868,72)	
AVISO PREVIO INDENIZADO	(8.240,63)	
DESPESAS C/ ESTAGIARIOS	(9.941,91)	
UNIFORMES	(113,64)	
INSS - PREVIDENCIARIO	(2.102,56)	
FGTS CONTRIBUIÇÕES	(55.839,03)	
VALE TRANSPORTE	(329,28)	
MEDICAMENTOS UTILIZADOS NA EMPR.	(44,90)	
ASSISTENCIA MEDICA CONV./ADMISS./DEMISS.	(750,00)	
PROVISAO DE FERIAS E 13o.SALARIO	(20.025,87)	
ENCARGOS INSS/FGTS S/FERIAS E 13o.	(1.602,02)	(302.854,80)
CUSTOS GERAIS MEIO		
AGUA E ESGOTO	(1.639,13)	
ALIMENTOS E BEBIDAS	(45.829,49)	
COMBUSTIVEIS E LUBRIFICANTES	(8.683,02)	
MANUTENÇÃO E REPAROS	(17.506,01)	
DESPESAS C/ VEICULOS	(5.645,00)	
DESPESAS COM FRETES	(1.503,12)	
MATERIAL DE ESCRITORIO	(754,86)	
MATERIAL DE USO E CONSUMO	(26.577,20)	
TAXAS E EMOLUMENTOS	(2.992,91)	
TELEFONE	(1.113,53)	
MATERIAIS HOSPITALARES	(10.411,88)	
DESPESAS ALUNOS/ODONTOLOGIA	(23.635,00)	
DESPESA C/ INTERNET	(1.730,24)	
MANUTENÇÃO SISTEMAS	(2.625,00)	
MATERIAIS DE LIMPEZA	(13.208,15)	
SERVIÇOS DE SEGURANÇA	(4.469,10)	
DESPESAS C/EVENTOS	(8.005,00)	(176.328,64)
CUSTO PESSOAL SEED		
SALARIOS E ORDENADOS	(1.325.784,39)	
FERIAS GOZADAS E ADICIONAIS	(40.627,99)	
13o. SALARIO	(120.279,64)	
AVISO PREVIO INDENIZADO	(6.510,54)	
FGTS CONTRIBUIÇÕES	(120.391,64)	
VALE TRANSPORTE	(2.092,62)	
PROVISAO DE FERIAS E 13o.SALARIO	(156.677,01)	
ENCARGOS INSS/FGTS S/FERIAS E 13o.	(12.533,72)	(1.784.897,55)
CUSTOS GERAIS SEED		
AGUA E ESGOTO	(25.803,92)	
ALIMENTOS E BEBIDAS	(19.452,18)	
CONSERVAÇÃO E MANUTENÇÃO	(17.025,89)	
DESPESAS C/ INTERNET	(1.885,18)	
ENERGIA ELETTRICA	(45.765,19)	
MATERIAL DE USO E CONSUMO	(7.070,00)	
MATERIAL DE ESCRITORIO	(5.746,82)	
TELEFONE	(9.554,64)	(132.303,82)

Empresa: **APAE ASSOC DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEP DE FOZ DO IGUAÇU**
C.N.P.J.: 77.413.649/0001-69
Período: 01/01/2021 - 31/12/2021

Folha: 0002
Número livro: 0001
Emissão: 30/05/2022
Hora: 15:25:47

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO EM 31/12/2021

Descrição	Saldo	Total
CUSTO PESSOAL SMED		
SALARIOS E ORDENADOS	(259.700,70)	
FERIAS GOZADAS E ADICIONAIS	(44.764,26)	
13o. SALARIO	(23.512,36)	
AVISO PREVIO INDENIZADO	(2.087,24)	
FGTS CONTRIBUIÇÕES	(25.758,97)	(355.823,53)
CUSTOS GERAIS SMED		
ENERGIA ELETRICA	(4.079,57)	
MATERIAL DE USO E CONSUMO	(17.435,75)	(21.515,32)
CUSTO PESSOAL SAUDE		
SALARIOS E ORDENADOS	(209.503,05)	
FERIAS GOZADAS E ADICIONAIS	(35.579,38)	
13o. SALARIO	(19.035,98)	
AVISO PREVIO INDENIZADO	(11.496,74)	
FGTS CONTRIBUIÇÕES	(66.983,69)	(342.598,84)
Despesas Administrativas Gerais		
ANUNCIOS E PUBLICACOES	(480,00)	
ASSESSORIA CONTABIL	(19.322,00)	
DEPRECIACOES	(76.423,26)	
LIVROS TECNICOS E CURSOS	(3.960,00)	
DESPESAS C/ SEGUROS	(4.562,75)	
PROPAGANDA, PUBLICIDADES E PROMOCOES	(1.670,00)	(106.418,01)
OUTRAS RECEITAS E DESPESAS OPERACIONAIS		<u>12.123,81</u>
Outras Receitas Operacionais		
RECEBIMENTO DE ALUGUEIS	11.956,32	
BRINDES E BONIFICAÇÕES	623,17	
QUEBRA DE CAIXA	25,17	
AVISO PREVIO COBRADO	1.538,63	14.143,29
Outras Despesas Operacionais		
QUEBRA DE CAIXA	(2.019,48)	(2.019,48)
Despesas Tributárias		
IMPOSTOS FEDERAIS	(10.238,71)	
IMPOSTOS MUNICIPAIS	(11.827,39)	(22.066,10)
Resultado Antes das Receitas e Despesas Financeiras		<u>891.484,44</u>
Receitas e Despesas Financeiras		<u>41.915,88</u>
Receitas Financeiras		
RENDIM.C/ APLICACOES FINANCEIRAS	59.753,66	59.753,66
Despesas Financeiras		
DESPESAS BANCARIAS DIVERSAS	(7.519,82)	
JUROS PASSIVOS	(10.169,90)	
MULTAS S/TRIBUTOS	(148,06)	(17.837,78)
RESULTADO LÍQUIDO DAS OPERAÇÕES CONTINUADAS		<u>933.400,32</u>
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO		<u>933.400,32</u>

- Sob as penas da lei, declaramos que as informações aqui contidas são verdadeiras e nos responsabilizamos por todas elas;
- As informações foram extraídas das folhas nºs 0000 a 0000 do Livro Diário nº 1, registrado na Junta Comercial do Estado PR sob nº 2571041, em 17/02/1978;
- A sociedade não possui Conselho Fiscal instalado;
- A sociedade não possui Auditoria Independente.

Balance año 2022:

APAE ASSOC DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEP DE FOZ DO IGUAÇU
CNPJ nº 77.413.649/0001-69
BALANÇO PATRIMONIAL LEVADO A EFEITO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2022

ATIVO	PASSIVO
Circulante.....2.007.875,52	Circulante.....872.647,01
Caixa.....619,97	Fornecedores.....997,16
Banco Recurso MEIO.....3.923,74	Obrigações Pessoal MEIO.....600,00
Bancos Rec. SEED.....188.277,73	
Banco Rec. Saúde.....32.784,11	
Aplicação Financ. Rec. Itaipu...410.579,88	Provisões Trabalhistas.....413.534,71
Aplicação Financeira MEIO.....164.141,35	
Aplicação Financeira SEED.....308.953,31	Obrigações Sociais345.863,66
Aplicação Financeira SAÚDE....157.148,13	Obrigações Tributárias.....111.651,48
Créditos Fiscais.....427.046,42	
Antecipação a Funcionários....313.894,19	
Demais Créditos.....506,69	
Ativo Não Circulante.....4.129.079,02	Patrimônio Líquido.....5.264.307,53
	Patrimônio Social.....903.811,22
Imobilizado Bens.....1.509.549,13	Superavit Acumulado1.319.661,20
Imobilizado Andamento.....3.574.478,58	Superávit do Exercício.....3.040.835,11
(-)Depreciações Acumuladas...954.948,69	
TOTAL.....6.136.954,54	TOTAL.....6.136.954,54

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO APURADO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2022

RECEITA BRUTA.....	8.093.848,66
Subvenções Público SEED.....	3.062.006,70
Subvenções Secretaria SAÚDE.....	859.470,08
Subvenções Secretaria SMED.....	680.586,94
Contribuições e Doações.....	31.031,74
Convênio Itaipu.....	2.695.757,93
Créditos Nota Paraná.....	330.864,21
Bazar/Festas/Promoções.....	262.510,24
Troco Solidário.....	13.568,50
Rendimentos de Aplicações.....	103.729,58
Receita Venda de Imobilizado.....	1.500,00
Outras Receitas.....	52.822,74
(-)Devolução de Recusos.....	484.087,96
DESPESAS OPERACIONAIS.....	4.563.514,64
Despesas com Pessoal MEIO.....	161.266,33
Despesas com Pessoal SEED.....	2.974.682,67
Despesas com Pessoal SMED.....	471.468,54

Despesas com Pessoal SAÚDE.....	392.214,96
Despesas Operacionais MEIO.....	158.982,52
Despesas Operacionais SEED.....	171.631,10
Despesas Operacionais SMED.....	11.610,87
Despesas Operacionais SAÚDE.....	37.071,05
Despesas Adm Gerais.....	45.322,05
Despesas Tributárias.....	27.061,71
Despesas Financeiras/Operacionais.....	29.253,29
Depreciação.....	88.514,88
(-)Resultados Financeiros Líquidos.....	154,38
Superávit DO EXERCÍCIO.....	3.040.835,11

DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO

SALDO ANTERIOR.....	2.223.472,42
SUPERÁVIT DO EXERCÍCIO.....	3.040.835,11
SALDO ATUAL.....	5.264.307,53

DEMONSTRAÇÃO DAS ORIGENS E APLICAÇÕES DE RECURSOS

ORIGENS DOS RECURSOS	2022
Superávit do Exercício.....	3.040.835,11
Depreciação.....	88.514,88
TOTAL DAS ORIGENS.....	3.129.349,99
APLICAÇÕES DOS RECURSOS	2022
Aquisição do Imobilizado.....	338.099,56
Imobilizado em Andamento.....	3.574.478,58
TOTAL DAS APLICAÇÕES.....	3.912.578,14

DEMONSTRAÇÃO DA VARIAÇÃO DO CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO

VARIAÇÕES CIRCULANTES	2022
Variação do Ativo Circulante.....	46.806,06
Variação do Passivo Circulante.....	(99.273,95)
Capital Circulante Líquido.....	(52.467,89)

NOTAS EXPLICATIVAS

I – CONTEXTO OPERACIONAL:

NOTA 01 – APAE ASSOC DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEP DE FOZ DO IGUAÇU é uma pessoa jurídica de direito privado, dedicada à assistência social, tendo por finalidade o ensino fundamental, regendo-se por seus Estatutos Sociais e pela legislação aplicável.

II - APRESENTAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES:

NOTA 02 – As demonstrações contábeis e financeiras da Entidade foram elaboradas de acordo com o prescrito na Lei nº 6.404/76, assim também na Resolução CFC nº 877/2000, que aprovou a NBC T 10.19, alterada através das Resoluções 926/01 e 966/03.

III – RESUMO DAS PRÁTICAS CONTÁBEIS:

NOTA 03 – O regime contábil adotado é o de competência.

NOTA 04 – As aplicações financeiras estão demonstradas com base em seus valores reais, acrescidos dos respectivos rendimentos, obtidos através dos informes das instituições administradoras.

NOTA 05 – As receitas da Entidade são apuradas somente através dos comprovantes, dentre eles, avisos bancários, recibos e outros documentos.

NOTA 06 – Os valores recebidos a título de contribuições e doações originam-se de pessoas físicas e jurídicas;

a) Pessoa Jurídica: R\$ 29.052,74

b) Pessoa Física: R\$ 1.979,00.

NOTA 07 – O valor das subvenções recebidas do Poder Público está assim distribuído:

a) Município: R\$ 1.540.057,02

b) Estado: R\$ 3.062.006,70

NOTA 08 – Os recursos da Entidade foram aplicados integralmente na manutenção e desenvolvimento de suas finalidades estatutárias, demonstrados pelas suas Despesas Operacionais.

NOTA 09 – Os valores registrados com receitas de Bazar/Festas e Promoções são registrados em conta de resultado como expectativa de receita.

NOTA 10 - os valores das isenções usufruídas, estão assim distribuídos:

a) Cota Patronal INSS + SAT + Terceiros = R\$ 862.920,39.

Reconhecemos a exatidão do presente Balanço Patrimonial e suas Demonstrações de Resultado, ambos levados a efeito em 31 de dezembro de 2022, em suas respectivas importâncias.

Foz do Iguaçu, 20 de Abril de 2023.

LEONARDO
CORREA LUGON

Assinado de forma
digital por LEONARDO
CORREA LUGON

LEONARDO CORREA LUGON Presidente	ALEXEI DA COSTA SANTOS Contador CRC-PR 060545/O-7
---	--