

**CENTRO PAULA SOUZA  
ETEC PADRE CARLOS LEÔNCIO DA SILVA  
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA NAS ORGANIZAÇÕES NÃO  
GOVERNAMENTAIS: Os desafios para a captação de recursos da  
APAE de Lorena.**

**PUBLIC ADMINISTRATION IN NON-GOVERNMENTAL  
ORGANIZATIONS: Challenges for raising funds for of Lorena.**

**Laura de Assis Ribeiro do Amaral Cananea Silva<sup>1</sup>  
Maria Luísa Barbosa de Freitas<sup>2</sup>  
Maria Luiza Gomes Pantoja<sup>3</sup>  
Rayssa Cristina Espindola dos Santos<sup>4</sup>  
Profº M.E Leonidas Magno de Moraes<sup>5</sup>  
Profº Elton Orris<sup>6</sup>**

**Resumo:** Esse estudo objetivou compreender qual é a dificuldade de captação de recursos para atividade da APAE de Lorena, entidade presente no terceiro setor da economia brasileira, voltada à Administração Pública. Foi optado por produzir uma análise da literatura com obras renomadas sobre o tema, além de um estudo de caso com a ONG escolhida, através de uma pesquisa quantitativa realizada de maneira online com os moradores da cidade de Lorena. Tal formulário objetivava explicar a pergunta problema e relacionar a dificuldade financeira aos aspectos que reafirmam a problemática.

**Palavras-chave:** Administração Pública. Captação de Recursos. Organização Não Governamental.

**Abstract:** This study aimed to understand the difficulty in raising funds for the activities of APAE de Lorena, an entity present in the third sector of the Brazilian economy, focused on Public Administration. It was decided to produce a literature analysis with renowned works on the topic, in addition to a case study with the chosen NGO, through quantitative research carried out online with residents of the city of Lorena. This form

<sup>1</sup> Técnico em Administração – Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. assisribeiolaura@gmail.com

<sup>2</sup> Técnico em Administração – Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. malubarfreitas@gmail.com

<sup>3</sup> Técnico em Administração – Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. malugpantoja@gmail.com

<sup>4</sup> Técnico em Administração – Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. espindolacristina875@gmail.com

<sup>5</sup> [Breve currículo]. Professor da Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. email@server.net

<sup>6</sup> [Breve currículo]. Professor da Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. Elton.silva126@etec.sp.gov.br

aimed to explain the problem question and relate the financial difficulty to the aspects that reaffirm the problem.

*ers in relation to what can be done to improve the activities of these associations.*  
Keywords: Public Administration. Fundraising. Non-Governmental Organization.

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente, a administração pública no terceiro setor da economia é um assunto relevante, pois através das organizações não governamentais de caráter social, promove a inclusão e a melhora do convívio social dos envolvidos. Além de analisar qual o impacto do acompanhamento psicológico, das terapias e tratamentos especializados para o desenvolvimento e a vida dos associados, assim tendo em vista poder atender um número maior de pessoas.

O objetivo geral de tal tese é aumentar a receita financeira da APAE de Lorena.

Por sua vez, a questão problema é: Qual é a dificuldade de captação dos recursos para a atividade dessa entidade filantrópica?

Ademais, os objetivos específicos são: analisar o marketing da APAE de Lorena e sua eficácia na arrecadação de renda; analisar a receita financeira desta; analisar o nível de engajamento das personas nas mídias de comunicação; analisar os impactos que a solução traria para a organização.

Justifica-se socialmente que a tese é relevante pois promove a inclusão e a melhora do convívio social dos associados. E cientificamente, pois analisa qual o impacto do acompanhamento psicológico, das terapias e dos tratamentos especializados para o desenvolvimento e vida dos beneficiados, assim tendo em vista poder atender um número maior de pessoas.

Tendo como hipóteses que a promoção do evento levaria à uma comoção da cidade que alavancaria a imagem da associação, bem como a captação de novos públicos por meio de ações diferentes atrairão novos contribuintes que ajudarão a alavancar recursos para a APAE.

## 2 DESENVOLVIMENTO

### 2.1 Administração

É o ato de administrar ou gerenciar negócios, pessoas ou recursos, com o objetivo de alcançar metas definidas. É uma palavra com origem no latim “*administratio*”, que significa “*direção, gerência*”.

A administração é um ramo das ciências humanas que se caracteriza pela aplicação prática de um conjunto de princípios, normas e funções dentro das organizações. É praticada especialmente nas empresas, sejam elas públicas, privadas ou mistas. (SIGNIFICADOS, 2013).

### **2.1.1 Empresas Públicas**

Uma empresa pública (aqui não estamos relatando sobre empresas estatais) vendeu a totalidade ou parte de suas ações no mercado aberto por meio da bolsa de valores. Como resultado, os acionistas públicos têm alguma participação nos lucros da empresa. (CUBOUP 2019)

### **2.1.2 Empresa Privada**

Uma empresa privada é uma corporação pertencente de forma exclusiva aos fundadores ou a um grupo de outros investidores. Portanto, a empresa não vendeu ações ao público por meio da bolsa de valores. (CUBOUP 2019)

### **2.1.3 Empresas Mistas**

Uma empresa de economia mista é aquela que busca equilibrar os interesses públicos e privados. Sendo assim, ela é constituída pelo Estado, que representa os interesses públicos, bem como pelos sócios privados. (CUBOUP 2019)

## **2.2 Administração Pública**

“O termo Administração Pública, devido à amplitude de seu campo de atuação, carrega diferenciações em sua conceituação, conforme a especificidade que se pretende apresentar em determinada situação.” Junquilha (2010, p. 16”).

O Estado de Bem-Estar Social é um Estado assistencialista, em que o governo deve prover as necessidades básicas da população mediante a prestação de serviços ou, até mesmo, mediante pagamento em dinheiro.

“O Estado de Bem-Estar Social (welfare state) ou Estado Assistencial pode ser definido, em primeira análise, como Estado que garante tipos mínimos de renda, alimentação, saúde, habitação, educação, assegurados a todo cidadão, não como caridade, mas como direito público”. (PALUDO, 2013 apud BOBBIO, 2007, p.81)

Administração Pública é o ramo da Administração aplicada nas Administrações direta e indireta das três esferas (ou níveis) de Governo: Federal, Estadual e Municipal.

De acordo com Meirelles (2016, p. 71), os órgãos são estabelecidos como centros de competência destinados a realizar funções estatais, por meio de seus agentes, cujas ações são atribuídas à entidade jurídica à qual estão vinculados.

O administrador público somente pode fazer aquilo que a lei permite ou autoriza, e nos limites dessa autorização. A legalidade da ação não está resumida na ausência de oposição à lei, mas pressupõe autorização dela como condição de sua ação, uma vez que o sistema legal constitui fundamento jurídico de toda ação administrativa.

### 2.3 Terceiro setor da economia

O Terceiro Setor “é um conjunto de atividades de interesse público, espontâneas, não governamentais e não lucrativas, realizadas em benefício geral da sociedade, independentemente dos demais setores (Estado e Mercado), embora possa ou deva receber deles colaboração”. Enquanto o Estado não consegue cumprir a sua parte nas funções que lhe são pertinentes no papel de gestor do poder público, a sociedade se manifesta e se organiza em movimentos que se transformam em organizações sem fins lucrativos. Como exemplos de entidades que fazem parte deste, temos a Fundação Bradesco fundada em São Paulo de Piratininga em 22 de novembro de 1956 com o objetivo de proporcionar educação e profissionalização a crianças, jovens e adultos pelo Sr. Amador Aguiar. Veja abaixo um mapa (Figura 1) elaborado pela Fundação Bradesco ilustrando seus atendimentos nas 5 regiões brasileiras.

**Figura 1 – Número de alunos atendidos em 2021**



Fonte: BRADESCO, Fundação (2021, n.p)

Através da pesquisa, a fundação analisou a sua eficácia no atendimento aos associados e também teve um guia para planejar suas ações.

E também Fundação Banco do Brasil fundada em 1985 (Figura 2), para contribuir com a transformação social dos brasileiros e com o desenvolvimento sustentável do país.

Em sequência, temos um mapa conceitual elaborado pela Fundação Banco do Brasil, trazendo sua história e valores.

**Figura 2 – Apresentação da Fundação**



Fonte: BRASIL, Banco do (2022, n.p)

Nota-se, portanto que a fundação estabelece parcerias públicas e privadas com empresas e realiza seu trabalho desde 1985

O Terceiro Setor está se desenvolvendo e se diversificando na medida em que atua nas mais diversas áreas, tais como educação, saúde, cultura, meio ambiente, assistência social etc. Os atores do Terceiro Setor são as ONGs (Organizações Não Governamentais), associações, fundações, entidades de assistência social, educação, saúde, esporte, meio ambiente, cultura, ciência e tecnologia, entre outras várias organizações da sociedade civil, também abrange ações públicas que saem do domínio estatal e passam a ser encampadas por organizações da sociedade civil.

No Brasil, algumas das organizações que integram o chamado Terceiro Setor não são novas. Como um bom exemplo de algumas dessas organizações temos as Santas Casas de Misericórdia, que tiveram origem em Portugal no final do século 15 e seu objetivo era prestar assistência médica às pessoas mais necessitadas. Em função da colonização brasileira, para cá também se trasladou essa preocupação de assistir-se aos carentes,

fundando-se, então, em Santos e Olinda, as primeiras "Santas Casas" Capítulo 1 16 Organização do Terceiro Setor que, com o transcorrer dos anos, disseminaram-se por todo o país. Os novos movimentos sociais que emergiram nos anos 70 resultaram no surgimento das Organizações Não Governamentais (ONGs), que, embora com características diferentes, somaram-se às entidades mais tradicionais para fazer do Terceiro Setor uma realidade complexa e multiforme. (SANTOS 2012 apud LEITE 2003).

A ineficiência do estado em suprir todas as demandas da sociedade, seja por falta de recursos ou má administração de seus governantes, fez surgir um terceiro setor, para suprir as lacunas de causas sócias, que na verdade, sempre existiu, mas que passou a ganhar uma maior relevância a partir da segunda metade do século XX (SILVA, et al., 2015).

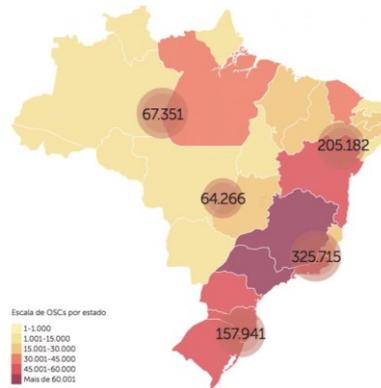
O terceiro setor tem um caráter estratégico da maior importância no âmbito de qualquer sociedade que se preocupe com o desenvolvimento social e a consolidação de valores democráticos, pluralistas, comprometidos com a solidariedade humana e o sentido de comunidade. (SANTOS, 2012 apud PAES 1999, p. 47)

#### **2.4 Organização Não Governamental (ONG)**

O conhecido "terceiro setor" é composto por diversas instituições, incluindo as organizações não governamentais (ONGS). Existem ONGS de vários tipos e com diferentes finalidades, se popularizaram principalmente pelo importante papel social e por substituir o estado algumas vezes, com destaque em regiões mais carentes e afastadas onde o governo se retirou ou nem mesmo chegou a agir (Figura 3).

A seguir é apresentado um mapa que revela o número de Organizações da Sociedade Civil (ou ONGS) por região brasileira

**Figura 3 -Mapa das OSC's (ONG's) nas regiões brasileiras.**



Fonte: CRAVEIRO, Paula (2018, n.p)

É possível observar que as regiões Sudeste e Nordeste são, respectivamente as que mais possuem essas organizações e que existe um grande número de OSC's no Brasil.

Instituições humanas, logo se descobriu que as “ONGs” não incorporaram somente as virtudes, mas também os defeitos do homem. A busca do retorno individual começou a fazer parte do cotidiano de algumas instituições. A dependência e o uso da máquina burocrática como um fim em si mesmo não tardou a se fazer presente. (BRASIL, 2010a, p. 3).

Porém, esse caráter substitutivo não deve ser normalizado, as ONGS devem ser uma ajuda complementar, com iniciativas locais para promover o bem-estar de todos, mas a responsabilidade de zelar pela população e oferecer assistência onde for necessária é do Estado.

Avritzer (2012) explica a lógica entre o Estado e a sociedade civil no Brasil; Só é possível entender essa lógica a partir da perspectiva de uma sociedade civil pluralista que se entende como independente dos partidos. É justamente essa independência que lhe permitiu sobreviver à crise política que têm assolado o Brasil durante os últimos anos e manter a sua legitimidade entre amplos setores da sociedade. Pode parecer contraditório, mas muitas ONGS são mantidas com recursos públicos, financiadas por governos locais que buscam parcerias, por isso a importância de observar se em algum momento a instituição passa a deixar de lado as questões sociais.

[...] durante os anos 1990, uma perspectiva conservadora do papel das OSCs foi ganhando força na sociedade brasileira: uma visão neoliberal instrumental das organizações que substituiriam setores estatais na prestação de serviços públicos. Ao mesmo tempo em que o Estado era reduzido, por meio das privatizações e desregulamentações, parte de suas atribuições na prestação de serviços públicos era transferida para a iniciativa privada e para as organizações da sociedade civil. (ABONG, 2012 p. 7-8)

## 2.5 Marketing

O Marketing passou por diversas fases ao longo do tempo, e atualmente se está em um dilema, se continua na fase 4.0 ou se já está em transição para a 5.0.

A iniciar pelo Marketing 1.0, tinha o foco apenas no produto, em sua produção e grande comercialização. Em seguida, no 2.0 o foco voltou-se para o consumidor e logo em seguida sofreu alterações novamente, chegando ao 3.0 preocupando-se com os seres humanos no geral, consumidores como seres humanos normais com coração e desejos, e o Marketing passou a criar produtos com valores humanos. E por fim, em suma, o Marketing 4.0 cria um aprofundamento do marketing focado no ser humano, para satisfazer plenamente a jornada do cliente. (Schermer, 2021).

“A chave para o sucesso é encontrar uma maneira de se destacar – ser a vaca roxa em um campo de Holsteins monocromáticos.” (Godin, 2022).

Como lembra Drucker (1983), marketing é tão básico que se refere a todo o negócio quando analisado da perspectiva do resultado final, ou seja, do ponto de vista do cliente, não apenas da organização. O êxito empresarial não é determinado pelo produtor, mas pelo cliente.

Kotler afirma que estamos vivenciando uma mudança na estrutura de poder, deixando de ser uma força vertical (das empresas para o mercado, exclusivamente), para uma mais horizontal (estabelecendo conexões entre as organizações e a sociedade) influenciando os indivíduos e seus consumos. O mundo deixou de tentar ser exclusivo para se adequar à inclusão, juntamente com os mercados emergentes, que estão sofrendo da mesma alteração.

“Quando a maioria das organizações ou pessoas pensa, age ou se comunica, elas o fazem de fora para dentro, de O QUÊ para POR QUÊ, e por

um bom motivo – vão do que é mais claro para o que é mais obscuro. Nós dizemos O QUE fazemos, às vezes dizemos COMO o fazemos, mas raramente dizemos **POR QUE** fazemos O QUE fazemos" (Sinek, 2018)

Para finalizar, os profissionais do Marketing precisam encarar as mudanças do cenário, e adequar seus pensamentos para a ótica "horizontal, inclusiva e social" pois o processo de compra dos consumidores está cada vez mais pautado nisso.

### 3 METODOLOGIA

Até o presente momento, optou-se por empregar uma abordagem de pesquisa de campo quantitativa para conduzir o nosso estudo. Tal pesquisa será realizada por meio de um formulário online cuidadosamente elaborado em conjunto, o qual será disponibilizado para que as pessoas respondam às perguntas desenvolvidas. A coleta dessas respostas por meio desse formulário visa não apenas a obtenção delas, mas também a viabilidade e o alcance do nosso projeto. Ao adotar essa abordagem quantitativa, buscamos obter informações que possam enriquecer nossa análise e conclusões a respeito do sujeito do estudo de caso que posteriormente será realizado.

A utilização da metodologia de formulário online oferece uma abordagem prática, simplória e altamente eficaz para a coleta de informações para a pesquisa. Ao utilizarmos essa estratégia nós destacamos agilidade e acessibilidade que ela proporciona, contribuindo significativamente para o desenvolvimento do nosso projeto. Essa metodologia permite adquirir respostas de qualquer público residente da cidade de Lorena, que é o ambiente atendido pela ONG. Isso amplia nossa base e enriquece nossas perspectivas e ideias.

O foco do nosso estudo de caso é a Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais na cidade de Lorena. Tal organização possui cerca de 250 associados na cidade de atuação e sua participação é de fundamental importância para este estudo, uma vez que promove a inclusão e a melhora do convívio social dos associados e também analisa qual o impacto do acompanhamento psicológico, das terapias e dos tratamentos especializados para o desenvolvimento dos mesmos. O formulário foi elaborado por meio de 7 questões objetivas, sendo elas:

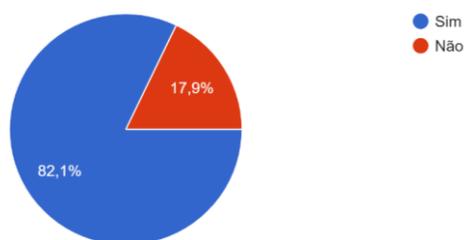
- 1) Você é ou conhece uma pessoa PCD? ( ) Sim ( ) Não
- 2) Se sim, qual tipo? ( ) Física ( ) Visual ( ) Auditiva ( ) Intelectual ( ) Psicossocial ( ) Múltipla

- 3) Você é ou conhece algum associado da APAE? ( ) Sim ( ) Não
- 4) Você conhece os métodos de doação da APAE? ( ) Sim ( ) Não
- 5) Você contribui ou tem interesse em contribuir? ( ) Sim, contribuo. ( ) Não contribuo e tenho interesse. ( ) Não contribuo e não tenho interesse.
- 6) De que forma você costuma contribuir com as atividades da APAE? ( ) Financeira (doação) ( ) Adquirindo produtos (bazar, pizza...) ( ) Divulgação ( ) Trabalho voluntário
- 7) Você conhece ou acompanha as redes sociais da APAE? ( ) Sim ( ) Não

#### 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

**GRÁFICO 1 – QUESTÃO 1**

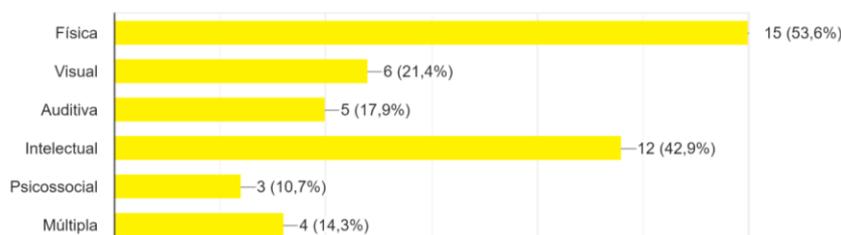
Você é ou conhece uma pessoa PCD?  
28 respostas



Nota-se que mais de 80% da mostra público é ou conhece uma PCD (Pessoa Com Deficiência).

**GRÁFICO 2 – QUESTÃO 2**

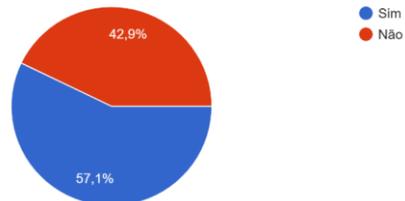
Se sim, qual tipo?  
28 respostas



Nessa questão vemos que a incidência da deficiência Física lidera as respostas, seguida da deficiência intelectual e visual.

### GRÁFICO 3 – QUESTÃO 3

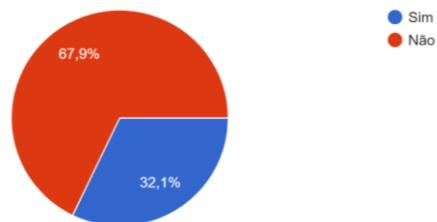
Você é ou conhece algum associado da Apae?  
28 respostas



Observa-se que mais de 50% da mostra de público conhece a atuação do nosso objeto de estudo.

### GRÁFICO 4 – QUESTÃO 4

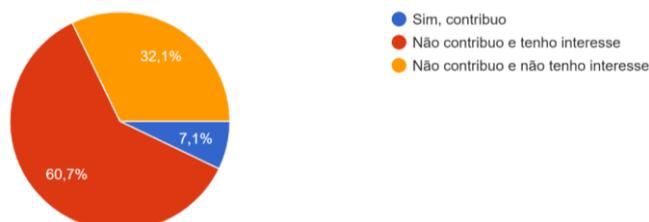
Você conhece os métodos de doação da Apae?  
28 respostas



Percebe-se que mesmo que a maior parte dos entrevistados conheçam a organização, mais de 67% destes não conhecem seus métodos de doação, impossibilitando a contribuição e reforçando a questão problema.

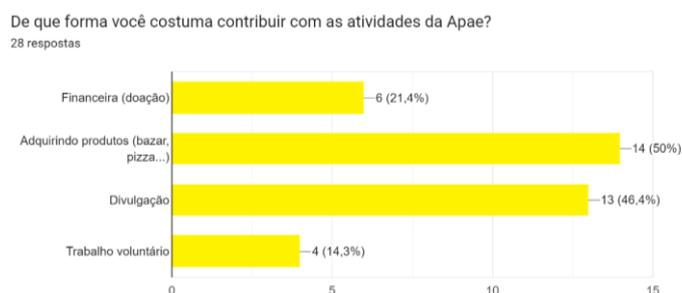
### GRÁFICO 5 – QUESTÃO 5

Você contribui ou tem interesse em contribuir?  
28 respostas



Por sua vez, mesmo que 60% da mostra não seja contribuinte mas tenha interesse em se tornar, ainda persistem cerca de 32% em relutância, um número significativo.

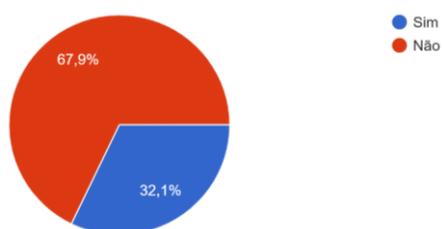
### GRÁFICO 6 – QUESTÃO 6



Analisa-se que o engajamento da parte contribuinte se divide entre aquisição de produtos da organização e divulgação.

### GRÁFICO 7 – QUESTÃO 7

Você conhece ou acompanha as redes sociais da Apae?  
28 respostas



Conclui-se, portanto, que 67% dos entrevistados não acompanha as redes sociais da APAE, fato que está diretamente ligado com o gráfico da questão 4, onde há a desinformação a respeito dos métodos de doação.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS OU CONCLUSÃO

Conclui-se que apesar da notoriedade da APAE (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais) na cidade de Lorena, a organização ainda enfrenta desafios na captação de recursos e falta de colaboração do público. Como proposta de melhoria dessa realidade sugere-se a realização de um evento beneficente para a participação

da população lorenense e empresas parceiras, sendo cobrada uma pequena quantia para a entrada e oferecendo diversas atrações dentro do espaço da instituição. Esse evento proporcionaria uma maior mobilização das pessoas e impulsionaria o alcance da ONG dentro da cidade gerando mais contribuintes e aumentando sua receita financeira, contemplando nosso objetivo geral. A respeito dos objetivos específicos, os mesmos foram parcialmente atingidos, exceto a análise dos impactos antes e após o evento sugerido, devido a principal barreira enfrentada que foi o prazo atribuído para a realização do trabalho que não foi suficiente, devido aos imprevistos do estudo de caso, para colocar a proposta em prática, tornando-a assim, uma sugestão para os possíveis próximos grupos.

## 5 REFERÊNCIAS

ABONG. Acesso das organizações de defesa de direitos e bens comuns aos Fundos Públicos Federais. 2012. Disponível em: <http://www.abong.org.br/final/download/fprelatoriofinal.pdf>>. Acesso em: 31/10/2023 às 17h20min.

ALVES, Igor et al. **O que é administração**. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/administracao/>>. Acesso em: 23/07/2023, às 10h39min.

AVRITZER, Leonardo. **Sociedade Civil e Estado no Brasil: da Autonomia à Interdependência Política**. *Revista Opinião Pública*. Vol.18 n.2 – Campinas, nov. 2012. Acesso em: 31/10/2023 às 17h30min.

BRASIL. Congresso Nacional / Comissão Parlamentar de Inquérito “das “ONGs””. Relatório final da CPI “das “ONGs””. Brasília, 2010a. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/atividade/Materia/getPDF.asp?t=83242&tp=1>>. Acesso em: 31/10/2023 às 17h10min.

CARDOSO, Ruth. **Fortalecimento da sociedade civil**. In: IOSCHPE, Evelyn Berg. **3o setor: desenvolvimento social sustentado**. São Paulo: Paz e Terra. 1997.

CRAVEIRO, Paula. Perfil das **Organizações Sociais no Brasil**. Disponível em <<https://www.filantropia.org/informacao/perfil-das-organizacoes-da-sociedade-civil-no-brasil>>. Acesso em: 29/08/2023, às 21h29min.

CUBOUP. **O que é Empresa Privada e Empresa Pública**. Disponível em: <<https://cuboup.com/conteudo/empresa-publica-vs-empresa-privada/>>. Acesso em: 23/07/2023, às 14h27min.

DRUCKER, Peter (1983). Disponível em: <  
<https://www.citador.pt/frases/citacoes/t/marketing>>. Acesso em: 15/05/2023, às  
 15h21min.

FUNDAÇÃO, Banco do Brasil. Disponível em:< <https://fbb.org.br/pt-br/>>. Acesso em:  
 23/08/2023, às 14h43min.

FUNDAÇÃO, Bradesco. Disponível em: < <https://fundacao.bradesco/>>. Acesso em:  
 23/08/2023, às 14h52min.

GODIN, Seth. **A vaca roxa: Como transformar o seu negócio e se destacar dos concorrentes**. Editora Best Business, 1ª Edição (2022) Disponível em:<  
<https://imagestation.com/pt/seth-godin-quotes/>> .

Comentado [A1]:

GOHN, Maria (1997) e MENDONÇA, Helena (2009) Disponível em: <  
<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/1800/1/PBA18082017.pdf>> .

Acesso em: 22/05/2023, às 13h45min.

JOBS, Steve. Pt.linkedin, 2022. Disponível em: <  
<https://www.instagram.com/tv/CZcOzPhFvB7/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>> >

Acesso em: 18/05/2023, às 14h34min.

JUNQUILHO, G. S. Teorias da administração pública. Departamento de Ciências da  
 Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES : UAB. 182p. Florianópolis, 2010.

KOTLER, Philip. **Marketing 4.0 – do tradicional ao digital**. Editora Sextante; 1ª  
 edição (24 julho 2017).

\_\_\_\_\_. **Marketing 3.0**. Editora Campus Elsevier, 1ª edição (2010).

\_\_\_\_\_. KELLER, K. L. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. Editora São Paulo. Edição Atlas (2007).

LANDIM, Leilah (2002) e CARDOSO (1997). Disponível em: <  
[https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-27102005-103112/publico/ONGs\\_e\\_governo\\_Ol\\_via\\_Cristina\\_Perez.pdf](https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-27102005-103112/publico/ONGs_e_governo_Ol_via_Cristina_Perez.pdf)> . Acesso em:  
 22/05/2023, às 16h20min.

MEIRELLES, Hely Lopes. 42. ed./atual. até a Emenda Constitucional 90, de  
 15.9.2015. -São Paulo: Malheiros, 2016. 968 p.

MONTAÑO, Carlos. **Terceiro setor e a questão social**. Cortez Editora; 2ª edição  
 (2002).

MORITZ, Carla Lidiane Müller. **Entidades do Terceiro Setor**; 20 de dezembro de 2021. Disponível em: < <https://www.portalcontnews.com.br/entidades-do-terceiro-setor/>>. Acesso em: 23/08/2023, às 15h28min.

NAVES, Rubens . **Terceiro setor: cidadania e interação com o Estado**. In: André Ramos Tavares. (Org.). 1988-2008: 20 anos da Constituição Cidadã. São Paulo: IMESP, 2008, v. , p. 138-141.

O QUE, é Administração; 2013. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/administracao/>>. Acesso em: 18/08/2023, às 13h30min.

O QUE, é Empresa Pública, Privada e Mista; 2019. Disponível em: <<https://cuboup.com/conteudo/empresa-publica-vs-empresa-privada/>>. Acesso em: 18/08/2023, às 13h35min.

PAES, José Eduardo Sabo. **Fundações e entidades de interesse social**. 1999, Brasília. Disponível em: < <https://revista.enap.gov.br/index.php/RSP/article/download/266/271/978>>. Acesso em: 29/08/2023, às 14h21min.

PALUDO, Augustinho. **Administração pública**. (2013) e, NOBERTO, Bobbio (2007) Disponível em: [file:///C:/Users/luisr/Downloads/Livro\\_de\\_Administracao\\_Publica%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/luisr/Downloads/Livro_de_Administracao_Publica%20(1).pdf). Acesso em: 22/05/2023, às 17h56min.

SANTOS, Suely Xavier dos. **Organização do Terceiro Setor**. Edição única. Disponível em: < [https://conteudo.unp.br/ebooks\\_ead/Oganizacao\\_no\\_Terceiro\\_Setor.pdf](https://conteudo.unp.br/ebooks_ead/Oganizacao_no_Terceiro_Setor.pdf)>. Acesso em: 20/08/2023, às 11h21min.

SCHERMER, Nicolay. **Evolução do Marketing**. São Paulo, 2021. Disponível em:< <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/evolucao-do-marketing>>. Acesso em: 31/08/2023, às 19h43min.

SILVA, G. A. B.; PASSADOR, J. L.; AREVALO, J. L. S. **Mortalidade e Longevidade das Organizações do Terceiro Setor**. Revista Brasileira de Administração Científica. Aquidabã, v.6, n.1, p.230-239, 2015. Disponível em:< <https://administradores.com.br/artigos/organizacoes-do-terceiro-setor>>. Acesso em: 25/10/2023 às 14:46.

SINEK, Simon. **Comece pelo porque**. Editora Sextante, 1ª Edição (2018). Disponível em:< <https://sextante.com.br/administracao-negocios-e-economia/quando-o-porque-faz-a-diferenca-o-proposito-que-leva-ao-sucesso-e-e-fonte-de-inspiracao/>>.

