

EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO E COOPERAÇÃO: CONCEITOS PRESENTES NAS AULAS DE MATEMÁTICA DIRECIONADAS AO MERCADO DE TRABALHO.

Paim, Livia Ferreira¹
SENAC-RS- Senac Comunidade Zona Norte
livpaim@hotmail.com

Gomes, Kelly Amorim²
Centro Universitário La Salle - Unilasalle
Kelly.amoringomes@gmail.com

Resumo

Este projeto foi realizado nas aulas de Matemática com alunos do curso de Aprendizagem Comercial em Serviços Administrativos, inseridos no Programa Jovem Aprendiz da unidade do SENAC Comunidade Zona Norte – Porto Alegre. A pesquisa mostra como em um ambiente escolar, em especial, nas aulas de matemática, os conceitos de empreendedorismo, cooperação e inovação podem favorecer a aprendizagem voltada para o mercado de trabalho. No embasamento do estudo foram utilizados conceitos da Aprendizagem Corporativa, com foco na cooperação, empreendedorismo, inovação e como material de pesquisa as reflexões do Projeto Político Pedagógico SENAC – RS, que determina e norteia o modelo de ensino para o mundo do trabalho. Ao final desta pesquisa, verificou-se que a matemática relacionada ao empreendedorismo agrega ao desenvolvimento de habilidades e atitudes solicitadas pelo mercado de trabalho, acrescenta na formação do caráter deste indivíduo, possibilitando autonomia em suas decisões e, ainda, torna mais eficaz o ensino da matemática.

Palavras Chave: Matemática; Aprendizagem; Empreendedorismo; Inovação.

1. Introdução

¹ Orientadora Educacional Profissional SENAC-RS. Graduada em Matemática Licenciatura pelo Centro Universitário La Salle – UNILASALLE.

² Pós-Graduada em Psicopedagogia Clínica e Institucional no Centro Universitário La Salle – UNILASALLE. Graduada em Matemática Licenciatura pelo Centro Universitário La Salle – UNILASALLE.

A educação deve contribuir para a auto formação da pessoa, ensinando a viver no sentido de tornar-se cidadão, “definido, em uma democracia, por sua solidariedade e responsabilidade”. (MORIN, 2008, p.65).

A Educação Matemática para o empreendedorismo³ dentro dos Cursos de Aprendizagem Comercial SENAC-RS⁴ faz-se necessária visto que sua missão é “Educar para o trabalho em atividades do comércio de bens, serviços e turismo⁵”. Por esse motivo, uma das estratégias que utilizamos para adaptação das solicitações de nossa demanda é possibilitar que o processo educativo seja inovador, moldando o jovem para o mercado de trabalho com competência e potencial, conforme Dolabela (1999, p.19), que ao mesmo tempo, esteja preparado “para ser dono de um negócio ou para atuar como colaborador” e que suas atitudes exerçam seu papel como cidadão e contribuam para construção de uma sociedade sustentável.

Para falar em educação empreendedora, deve-se também observar o pensamento de Beauclair (2008, p.2), para o qual empreender é mobilizar a força do sonho como energia para modificar a realidade: “[...] empreender é empoderar os que são destituídos de poder. Empreender é fazer valer o espaço da escola de hoje como forma de conquista de direitos e exercício de uma cidadania ativa, plural que dignifique os direitos humanos e os valores humanos”.

Aplicar os conteúdos de Matemática Comercial e Financeira em questões do cotidiano faz diferença, pois percebemos claramente que o estudo não nasceu dentro da sala de aula, e sim por uma necessidade, possibilitando experiências reais nas quais o aluno perceba que a educação com empreendedorismo impacta seu crescimento dentro dos aspectos pessoais, sociais e profissionais.

A disciplina de Matemática está inserida em todos os cursos de Aprendizagem, ao mesmo tempo, com conteúdos iguais aos da escola, porém são diferentes as habilidades

³ O conceito de empreendedorismo é abrangente, o que trataremos aqui é o que evidencia o estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à criação de um projeto (técnico, científico e empresarial). Originou-se do termo empreender que significa realizar, fazer e executar. Timos (1985), disse que o empreendedor é alguém capaz de identificar, agarrar e aproveitar oportunidade, buscando e gerenciando recursos para transformar a oportunidade em negócio de sucesso.

⁴ Conforme SENAC - Departamento Nacional - o Curso deve contribuir para a capacitação de adolescentes, entre 14 e 24 anos, para o mundo do trabalho, oportunizando cumprimento do estabelecido na Lei 10.097/00 e Decreto n.º5.598/2005, que regulamenta a contratação de aprendizes e dá outras providências. O Curso oportuniza a capacitação e amplia a inserção de jovens no mercado de trabalho, tornando-os aptos a desempenhar atividades solicitadas pelas empresas, possibilitando qualificação como uma opção de plano de carreira profissional.

⁵ Missão da empresa disponível em Mapa Estratégico 2007/2020 – Plano de Ação 2012.

que devem ser desenvolvidas e avaliadas dentro dos conhecimentos, de forma que o aprendiz necessite, também, expor seus talentos.

Pensando em criar um sentido para aprender matemática, trouxemos a ideia de, primeiramente, incentivar os alunos a administrar seu dinheiro de maneira consciente, de incluir os jovens nas propostas do mercado de trabalho, e, ainda, oportunizar o desenvolvimento de novos empreendedores, investindo na criação de práticas sustentáveis como um diferencial. Nessa mistura de ideais, realizamos o Projeto em sala de aula, intitulado “Brechomática”⁶.

Para realização deste, escolhemos trabalhar com os Jovens Aprendizes da turma do Curso de Aprendizagem em Serviços Administrativos do SENAC Comunidade Zona Norte, a fim de, oportunizar uma maneira de “aprender a empreender”, permitindo que o jovem demonstrasse atitude e compreendesse que deve estar preparado para constantes adaptações; que colocasse em prática o aprendizado em matemática, mostrando o desenvolvimento das estratégias utilizadas, nas quais evidenciasse sua forma autônoma ao solucionar os problemas surgidos ao longo do projeto, reconhecendo em quais situações deve aplicar conhecimentos teóricos ou outros já adquiridos na prática.

No plano de ensino elaborado para a Matemática Comercial e Financeira são disponibilizadas cinquenta horas, a fim de que se desenvolva a competência no que se refere à resolução de situações-problema do cotidiano, voltadas ao mercado de trabalho através do uso dos conceitos de matemática comercial e financeira, reconhecendo-os e aplicando-os de forma responsável, ética e correta.

O objetivo principal deste estudo é identificar como num ambiente escolar, em especial nas aulas de matemática, os conceitos de empreendedorismo, cooperação e inovação podem favorecer a aprendizagem voltada ao mercado de trabalho.

Evidenciar a capacidade empreendedora do jovem impacta diretamente no seu futuro, como, por exemplo, favorecendo o crescimento de sujeitos criativos e inovadores, que trabalham com satisfação, têm uma visão mais ampla de mundo. Durante o período de aprendizagem, percebem melhorias no rendimento escolar, aprendem a trabalhar cooperando, percebem a absorção do conteúdo com conhecimentos prévios do meio social

⁶ Nome escolhido para o Projeto pelos jovens da turma 157, formada por alunos do curso de Aprendizagem em Serviços Administrativos.

em que estão inseridos, visualizam a importância da Matemática e a ligação que tem com a responsabilidade social, agindo como empreendedores de si mesmos⁷.

O PPP⁸, no processo de ensino e aprendizagem da instituição, prevê os desafios da educação, o desenvolvimento do indivíduo para o trabalho e para a vida, enfatizando que a unidade educacional precisa ampliar a visão empreendedora, respeitando e potencializando as múltiplas inteligências, inserindo conteúdos, estabelecendo transdisciplinaridade, a fim de que os conhecimentos adquiridos tornem-se suporte para o mundo do trabalho.

O ensino é entendido como as informações, reflexões e oportunidades levadas ao estudante para construir seu conhecimento técnico-profissional e favorecer o seu desenvolvimento pessoal, por meio de metodologias inovadoras⁹ que tencionem teoria e prática. O resultado da interação do sujeito com o mundo constitui a aprendizagem, a qual se dá na relação do sujeito em um processo interno que produz mudanças – as quais, pouco a pouco, integram-se ao comportamento de cada indivíduo. O aprender, portanto, está relacionado às interações que o sujeito faz com o meio, exigindo uma atitude investigativa diante dos contextos em que se insere. Sendo assim, a aprendizagem assume um caráter permanente, levando os sujeitos desse processo a um “sempre aprender” – inquietando-se, formulando questões e buscando respostas, sendo o docente o mediador dessa relação. (SENAC-RS, 2009, p.28-29).

Para tanto, apresentaremos práticas em sala de aula, junto às propostas ditas inovadoras na educação para o trabalho, com o foco na aprendizagem e empreendedorismo. Analisaremos o projeto “Brechomática”, observando os conhecimentos matemáticos aplicados e, também, a inserção das solicitações do processo de ensino e aprendizagem do SENAC-RS.

2. Educação Corporativa e a Pedagogia Empreendedora

As necessidades de fortalecer a ligação entre a escola e a empresa são evidentes. Na visão de Dolabela (1999), há a necessidade de que ações essenciais à aprendizagem e à formação em empreendedorismo¹⁰ sejam inseridas nas escolas, pois, conforme o autor, as

⁷ Por empreendedores de si mesmos utilizamos o pensamento de Gadelha (2009, p. 180), que define como; “indivíduos microempresa” que competem acirradamente entre si a fim de se valorizarem no mercado, consideram natural a ideia de que estão por sua própria conta, isto é, de que são, senão os únicos, os principais responsáveis pelo que sucede às suas vidas, para o melhor e para o pior.

⁸ Projeto Político Pedagógico SENAC-RS.

⁹ Por metodologias inovadoras entendemos aquelas que provoquem rupturas pragmáticas, que instiguem os estudantes a problematizarem as realidades, percebendo-se como sujeitos potencialmente transformadores das relações hegemônicas.

¹⁰ O conceito de empreendedorismo para Dolabela (1999, p.43) é “um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas

pequenas empresas emergem da identificação e do aproveitamento de oportunidades relacionadas aos nichos de mercado, por meio das necessidades apresentadas. Para atender a essas necessidades, é preciso inovar, criar ou introduzir algo novo ou modificar, adaptar, melhorar aquilo que já existe. Nesse entender, o produto ou serviço deve apresentar atrativos que o diferenciem da concorrência, que motivem o cliente a adquirí-lo.

Para tanto, além de estar presente no currículo escolar, espera-se que os conhecimentos junto às experiências vividas sirvam para auxiliar na construção de alunos com habilidades e atitudes empreendedoras.

Para fundamentar esta ideia de mundo da educação e mundo do trabalho utilizaremos a visão da Educação Corporativa¹¹.

A Educação Corporativa consiste em um projeto de formação desenvolvido pelas empresas, que tem como objetivo “institucionalizar uma cultura de aprendizagem contínua, proporcionando a aquisição de novas competências vinculadas às estratégias empresariais” (QUARTIERO; CERNY, 2005, p.24).

De acordo com Meister (1999), a educação corporativa está inclusa na filosofia de aprendizagem da organização, com foco em desenvolver os conhecimentos as habilidades e competências para todos os colaboradores, visando a alcançar os objetivos estratégicos da organização. Ela deve promover um processo de aprendizagem ativo e permanente, assim também, deseja encorajar os empregados a aprender novas competências ao longo de suas vidas no mundo do trabalho.

A educação corporativa pode estar relacionada ao empreendedorismo, que se apresenta como uma alternativa para desenvolver habilidades necessárias a qualquer indivíduo, para que o trabalhador faça parte da sociedade contemporânea. Como afirma Souza (2005), essa necessidade,

[...] está ancorada nas intensas modificações socioeconômicas, inovações tecnológicas e reestruturações produtivas que deixaram o indivíduo contemporâneo desprotegido na condição de responsável por si mesmo e pelo próprio futuro. (SOUZA, 2005, p. 111).

origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação”. O autor complementa o conceito de empreendedorismo como sendo “o elemento do capital social como a capacidade de associação dos membros de uma comunidade para resolverem seus problemas e construir sua prosperidade social e econômica”. Dolabela (2003, p. 18).

¹¹ A Educação corporativa difere-se por apresentar um novo formato para educação, no qual existe forte contribuição do setor privado empresarial que foca no desenvolvimento de competências para o mercado de trabalho.

Trabalhar com a Educação Corporativa ligada à matemática proporciona o desenvolvimento de competências e habilidades que são imprescindíveis para a empresa, dentro de sala de aula, possibilitando que teoria e prática estejam interligadas e contribuam para um bem comum.

A Matemática Comercial e Financeira é uma das disciplinas que possui conteúdos com maior semelhança ao currículo das escolas. Porém, mesmo exigidos com competências diferentes, observamos que os alunos apresentam grande dificuldade para entendê-los, e os que têm facilidade com os conteúdos, não conseguem ver na matemática aplicabilidade dentro do seu cotidiano nem enxergam na matéria uma razão para aprendê-la.

A aprendizagem matemática para o mundo do trabalho faz com que o aluno perceba o quanto ela está envolvida com práticas diárias, como calcular o valor do salário com os respectivos descontos, efetuar uma compra parcelada, calcular os valores de juros inclusos nos bens adquiridos, pedir um empréstimo no banco, trabalhar diariamente com planilhas de despesas e custos. A interdisciplinaridade¹² e transdisciplinaridade¹³ com a matemática estão evidentes e mostram-se ser necessárias.

A Educação Corporativa dá sentido aos conteúdos, serve de ferramenta para despertar o interesse do aluno e potencializar outras habilidades simultaneamente, como a de analisar problemas reais, mostrando a solução lógica matemática para resolvê-los. Ela também está inserida ao desenvolvimento deste indivíduo, sendo considerada, segundo Quartiero e Cerny (2005, p.24), como uma “cultura de aprendizagem contínua, proporcionando a aquisição de novas competências”.

O empreendedor se comporta de acordo com sua maneira de ver a vida, de ser/estar no mundo, sempre envolvido em situações que buscam a inovação e as oportunidades de mudança. A pedagogia empreendedora de Dolabela (2004) objetiva despertar nos alunos, esse comportamento através da busca pela mudança, pelo inconformismo, ideias inovadoras e principalmente pelos seus sonhos e pelos sonhos coletivos.

¹² Por interdisciplinaridade entendemos ser um movimento, um conceito e uma prática que está em processo de construção e desenvolvimento dentro das ciências e do ensino das ciências, sendo esses, dois campos distintos nos quais a interdisciplinaridade se faz presente. Fazenda (1991).

¹³ A transdisciplinaridade é uma abordagem científica que visa à unidade do conhecimento. Desta forma, procura estimular uma nova compreensão da realidade articulando elementos que passam entre, além e através das disciplinas, numa busca de compreensão da complexidade. Além disso, do ponto de vista humano, a transdisciplinaridade é uma atitude empática de abertura ao outro e seu conhecimento. (Rocha Filho, 2007).

É uma metodologia de ensino do empreendedorismo voltada para o desenvolvimento social, redefinindo uma proposta empreendedora para o Brasil. Ela vê o empreendedorismo como um instrumento muito forte não só de desenvolvimento de geração de riqueza, mas também como um fenômeno social e cultural. (DOLABELA, 2004, p 128).

Para Dolabela (2004, p. 128), a Pedagogia Empreendedora na prática não é “dar uma direção ao aluno para que ele seja um empreendedor empresarial, mas para que seja empreendedor em sua forma de ser”. Essa metodologia pode provocar a mudança cultural, uma nova forma de relacionamento entre as pessoas, oportunizando a democratização em rede, onde todos têm a mesma autonomia, têm o poder de influenciar seu próprio futuro e o de sua comunidade.

O autor quando fala em desenvolver o sujeito empreendedor, explica que essa transformação pode ser universal, não é necessário ser empresário para praticar o empreendedorismo, ele escolhe sua carreira e como administrar sua vida, assim, para Dolabela (2004, p. 128), “o empreendedor é um indivíduo que gera utilidade para os outros, que gera valor positivo para sua comunidade”.

É do sujeito empreendedor a atitude de inovar, explorar novas ideias e ter sucesso, se sentir realizado e provocado a conquistar seu espaço a dividir seus conhecimentos de modo a impactar sua vida e a dos outros.

Um dos maiores desafios do mundo corporativo moderno, a inovação tem um conceito simples. Ela é uma iniciativa, modesta ou revolucionária, que surge como uma oportunidade para a organização e para o mercado e que, aplicada na prática, traz resultados econômicos para a empresa – sejam eles ligados à tecnologia, gestão, processos ou modelo de negócio. (SIMANTOB, 2003, p. 12).

Simantob (2003, p. 19) acredita que a “inovação tanto pode ocorrer por meio de uma ação planejada quanto por simples acaso”, e a melhor forma de promovê-la é trabalhar para que os conceitos e estratégias de inovação sejam assimilados por todos os colaboradores, clientes e fornecedores.

Ao trabalhar com a Educação Corporativa junto à metodologia da Pedagogia Empreendedora e inovação, é proporcionado ao aluno o contato com o estudo de oportunidades que objetivam o desenvolvimento, seja ele pessoal ou coletivo. Essa metodologia prepara o aluno, inclusive, para que participe ativamente da construção do desenvolvimento social.

Pensando em desenvolver o potencial dos alunos para que eles sejam empreendedores em qualquer atividade que venham a atuar, Dolabela (2003, p.65) apresenta que essa pedagogia “é uma estratégia destinada a dotar o indivíduo de graus crescentes de liberdade para fazer sua escolha”. O indivíduo torna possível a formulação de seus sonhos consequentemente tentativa de transformá-lo em realidade, faz análises e viabiliza sua concretude e capacidade de se auto realizar.

A Educação Corporativa proporciona um maior espaço para o empreendedorismo e, para isso, é necessário adotar metodologias diferenciadas, como a proposta da Pedagogia Empreendedora, mostrando-se importante os estudos de comportamentos e atitudes que conduzem à inovação.

Esta proposta de trabalho está baseada nos conceitos de Empreendedorismo e Educação Corporativa, que permite apresentar sentido aos conteúdos, serve de ferramenta para despertar o interesse do aluno e potencializar outras habilidades simultaneamente, como a de analisar problemas reais, mostrando a solução lógica matemática para resolvê-los.

Em nossa metodologia de trabalho utilizamos a proposta da Pedagogia Empreendedora e a Inovação, por acreditar em sua eficácia no desenvolvimento de indivíduos empreendedores, isso também, por esta pesquisa apresentar relevante importância para justificar a Educação Corporativa que queremos trabalhar.

2. Etapas da Pesquisa

Durante o componente de Matemática Comercial e Financeira com a turma do curso de Aprendizagem em Serviços Administrativos foram realizados cinco encontros. Cada encontro teve um planejamento, uma ação, uma observação e uma avaliação conjunta do grupo.

No primeiro encontro a turma foi dividida em quatro grupos com a finalidade de desenvolver um projeto que mostrasse como é possível reduzir gastos com vestuário para o trabalho.

Para afirmar a importância da criação deste projeto, fizemos reflexões a fim de se trabalhar melhor com o dinheiro. Não existem regras, apenas se cria um pensamento diferenciado com relação ao dinheiro, e pensando em desenvolver autonomia, confiança e liberdade financeira, os jovens planejam seus gastos e aprendem a poupar a partir de suas

necessidades. Realizamos um debate em aula sobre como ganhar dinheiro e como gastar o dinheiro adequadamente.

Esses tópicos oportunizam diferentes interpretações da aula, tanto que, alguns jovens falaram que para ganhar dinheiro é importante ter atenção nas mudanças do mundo e nas suas necessidades. Outro pensamento que relataram foi sobre a importância em diferenciar o “eu quero” do “eu preciso”, com a função de frear o consumo exagerado e aprender a gastar de acordo com as necessidades. Por fim, sugeriram a importância em poupar, pois proporciona segurança e traz uma disciplina por controlar a si mesmo.

Foram realizados questionamentos sobre os valores que costumavam pagar pelos produtos, se saberiam responder a diferença de preço entre uma roupa de “brechó” e uma roupa numa loja de shopping.

Escolheram que o projeto seria um brechó¹⁴, pois seria possível envolver as práticas sustentáveis e a matemática comparando os descontos dos preços aos de lojas convencionais, e deixando espaço para que cada grupo colocasse sua criatividade em prática, mesmo que os objetivos fossem comuns.

Com a finalidade de chamar a atenção das pessoas, escolheram um nome para o projeto, que deveria causar curiosidade despertando interesse sobre seu significado. Por votação da turma o projeto foi nomeado “Brechomática”.

No segundo encontro foi realizado um brechó em sala de aula, cada grupo trouxe roupas para a realização do brechó, e a proposta era montarem looks¹⁵ mais formais apropriados para o dia a dia na empresa e, posteriormente, realizar uma pesquisa verificando o valor aproximado das peças nos brechós. Para as lojas convencionais também utilizaram sites como ferramenta de pesquisa.

O terceiro encontro foi escolhido para a elaboração dos Cálculos Comparativos, evidenciando as diferenças de preços. Os grupos trouxeram todos os preços dos look’s pesquisados em brechó e em lojas convencionais.

A partir de então houve necessidade de utilizar a matemática para justificar as diferenças de preços das lojas convencionais e lojas de brechó, ficou a critério do grande grupo escolher o conteúdo matemático que seria utilizado. Dois grupos falaram regra de

¹⁴ É uma loja de produtos usados, principalmente de roupas, calçados, louças, objetos de arte, bijuterias e objetos de uso doméstico.

¹⁵ Tradução de look é o resultado da composição das roupas associada aos gestos, atitudes e acessórios de acordo com a aparência definida pelo criador. Ricard (1989).

três, outro, proporção e um grupo porcentagem. Dentro desses conteúdos e do objetivo do projeto, questionamos como iriam usar a matemática e qual o papel que ela exerceria.

Cada grupo apresentou sua visão. Os grupos 1 e 2 queriam mostrar para as pessoas que vale a pena comprar em brechó, e a regra de três mostra a economia. Já o grupo 3 disse: “Pensava em mostrar que ao comprar uma calça em uma loja convencional é possível adquirir duas no brechó”. E, por fim o grupo 4 indicou que mostrariam as diferenças de preço de um look inteiro para um semelhante no brechó, evidenciando quanto seria o percentual de economia para o cliente.

Após discussão acordamos de que não é um padrão de brechó a proporção exata que gostariam de usar. Não significa que por ser usado, é o dobro ou triplo mais barato; alguns brechós trabalham com peças novas que são de coleções passadas de marcas conhecidas e utilizam o desconto e promoções de outras formas.

Então resolveram através da regra de três mostrar o percentual de desconto entre uma peça e outra e argumentariam se conseguissem mostrar a proporção exata, pois também estavam cientes de que as pessoas têm dificuldades em matemática, e quando se fala em quantidade fica mais fácil das pessoas perceberem o que vale a pena. A matemática fez-se necessária, pois os grupos percebiam ao criar as lâminas que os valores comparativos encontrados justificariam as pesquisas realizadas.

Loja Convencional
Look 1: Masculino



- Camisa Algodão (masculina) por **R\$59,00**
- Blazer masculino por **R\$199,00**
- Calça Masculina por **R\$89,90**
- Sapatinis masculino **R\$209,00**

Figura 1 – Loja Convencional

Fonte: Foto retirada da apresentação, por Lívia F. Paim

Brechó Panamar



Blazer masculino por R\$49,90
Camisas gola "V" por R\$29,90
Calças Jeans masculina por R\$39,90
sapatenis masculinos por R\$59,00

Figura 2 – Brechó

Fonte: Foto retirada da apresentação, por Livia F. Paim

Loja Convencional

Look 2: Feminino



→ Blusa meia estação feminina por R\$39,00
→ Cinto feminino por R\$ 35,90
→ Calça Jeans feminina por R\$79,90
→ Sapatilha por R\$99,00
→ Relógio feminino (Champion) por R\$179,00
→ Colar de pérola por R\$32,00

Figura 3 – Loja Convenciona Feminina

Fonte: Foto retirada da apresentação, por Livia F. Paim.



Figura 4 – Brechó Feminino
Fonte: Foto retirada da apresentação, por Livia F. Paim

Entregaram junto a cada montagem, uma análise de valores¹⁶.

Na loja, o look 1 (masculino/todo) sairia no valor de R\$556,90. No brechó, o look todo sairia no valor de R\$ 178,70, gerando lucro para o cliente de aproximadamente 68%.

O valor gerado na loja do look 2 (feminino) seria de R\$464,80, e no Brechó o valor encontrado foi de R\$187,90 no final a economia gerada foi de aproximadamente 60%.

No quarto encontro foi apresentado o material que utilizariam para vender a ideia.

O primeiro grupo fez um catálogo¹⁷ com fotos dos jovens utilizando roupas de brechó e encontrando uma forma de reutilizar as peças, aproveitando o conhecimento em fotografia que uma colega possui.

O segundo criou um blog¹⁸ mostrando possibilidades de utilizar roupas adequadas para o trabalho com custo reduzido em até 60%, optando por produtos mais baratos, evitando desperdícios e consumo exagerado.

A criação de uma revista “Caprichó”¹⁹ foi a estratégia do grupo três, com informações de moda e desenhos de looks compostos especialmente para o mundo do trabalho, aproveitando também, os desenhos²⁰ de uma colega.

¹⁶ Disponíveis nas figuras apresentadas.

¹⁷ <http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/patrola/fotos/2012/10/veja-fotos-do-brechomatica-uma-uniao-de-matematica-e-moda-que-vira-book-de-estilos.html>

¹⁸ Disponível em www.brechomaticasenasacs.blogspot.com

¹⁹ Nome da Revista criada pelos jovens.

²⁰ Disponível em <http://brechomaticasenasacs.blogspot.com.br/2012/09/nossa-designer.html>

O quarto grupo proporcionou uma exposição de manequins vivos, sendo que quatro colegas são modelos, com preços comparativos e o percentual de descontos calculados e colados nos manequins.

No quinto encontro realizamos a apresentação do “Brechomática” para outras turmas; e a conclusão da construção do projeto.

Os grupos estavam preocupados em explicar corretamente o conteúdo, passar as informações do projeto e a maneira de realizar os cálculos.

Houve interesse e surpresa quando falavam de brechó, os comentários e as dúvidas questionadas eram as mesmas que a turma tinha durante o processo de realização dos trabalhos, portanto, estavam sanando as curiosidades dos outros através de conhecimentos que adquiriram. Não utilizavam frases prontas, apresentavam pontos de vista e experiências vividas por eles para que se convencessem da importância do trabalho que estavam realizando.

Foi realizado com os grupos um questionário, a fim de verificar como consideraram o envolvimento do conteúdo nas tarefas, se perceberam o processo de aprendizagem e o que sentiram ao ter liberdade de expressão para trabalhar.

Conforme, segue as respostas:

a) Durante o trabalho, o que mais pesou na montagem dos looks, moda ou matemática?

Resposta - O que pesou mais foi a matemática, pois nossa maior preocupação era de que os look's fossem de baixo custo, que através deles pudéssemos reutilizar o máximo possível. Assim, fizemos pesquisas em brechós e lojas, depois calculamos as diferenças de preços, porcentagens de descontos, para que os look's estivessem ao alcance de todos. Queríamos mostrar que vale a pena comprar em brechó, reutilizar o que já temos e ainda assim estar na moda.

b) Pra você, montar look's ajudou no trabalho?

Resposta – A ideia de montar looks surgiu através de nosso objetivo primordial que era unir matemática, mundo do trabalho e sustentabilidade. Buscamos, então, com essa forma de expressão apresentar vestimentas adequadas para o ambiente de trabalho. Os looks foram montados com roupas que não utilizávamos mais, reciclando e reutilizando.

c) O que pensa sobre empreendedorismo dentro dessa experiência?

Resposta – Aprendemos que o empreendedorismo não é só para quem tem uma empresa, ele também serve para quem tem boas ideias, ou para quem já tem algumas

habilidades. Conseguimos aprender a vender nosso trabalho, e ficamos felizes porque as pessoas gostaram.

Os jovens tiveram experiências, envolveram-se com o assunto e buscaram entender e formar suas opiniões. Além de causarem uma mudança em seus hábitos, mesmo que pequenas, compartilharam seus conhecimentos com suas famílias e sentiram-se úteis em colaborar com pessoas que desconhecem o assunto abordado.

3. Considerações Finais

A pesquisa apresentada propôs a utilização do empreendedorismo nas aulas de matemática como ferramenta de inovação na metodologia de ensino para alunos do curso de Aprendizagem em Serviços Administrativos, a fim de apresentar situações que envolvam habilidades e atitudes valorizadas pelo mundo do trabalho e proporcionar autonomia nas escolhas, para tomar decisões e para expor seus conhecimentos já adquiridos.

Conseguimos trabalhar através de atividades realizadas pelos jovens, os conceitos de Matemática em que apresentaram dentro das situações-problema, soluções, escolhendo a melhor maneira para resolvê-las e percebendo quais conteúdos estavam envolvidos nas atividades. Antes de apresentar qualquer cálculo, foi sugerido que observassem e fizessem pesquisas sobre as roupas de brechó e de lojas convencionais. Mesmo assim, conseguiram perceber e relacionar a existência de custo reduzido, lucro para o consumidor e proporção de quantidade de peças.

Percebemos que trabalhar com práticas do empreendedorismo, além de contribuir com a aprendizagem dos jovens, proporcionou um envolvimento com as habilidades e atitudes que o mundo do trabalho valoriza. Em suas apresentações foram detalhistas e exigentes consigo mesmos, pois a atividade escolhida para apresentação tem significado pessoal para suas vidas.

O projeto foi identificado como oportunidade de promover interdisciplinaridade entre diferentes conteúdos e recebeu o convite para participar da III Feira de Projetos SENAC RS, onde as unidades do SENAC RS têm espaço para apresentar ideias inovadoras

com práticas sustentáveis, conquistando o primeiro lugar na categoria FIC²¹ e fortalecendo todo o aprendizado desenvolvido com os jovens no período da pesquisa e construção.

Por isso, essa pesquisa apresentou uma das diversas maneiras de inovar e utilizar o empreendedorismo nas aulas de matemática e o quanto isso pode favorecer a aprendizagem, além de ser uma opção para fortalecer o desenvolvimento da Educação Corporativa para o mundo do trabalho.

4. Referências

BEAUCLAIR, E. G. F. . Planejamento Estratégico APLA. In: Oficina de Planejamento Participativo, 2008, São Pedro. Planejamento Estratégico APLA, 2008.

CURY, Augusto. **Pais Brilhantes, Professores Fascinantes**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

DELUIZ, Neise. O modelo das Competências profissionais no mundo do trabalho e na educação: implicações para o currículo. **Boletim Técnico do SENAI, 2001**. Disponível em: <www.senac.br/INFORMATIVO/BTS/273/boltec273.htm>. Acesso em: 11 nov. 2012.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. 5. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Pedagogia Empreendedora**. Revista de Negócios, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 127-130, abr./jun. 2004.

FRANCISCONE, Fabiane (Org.). **Projeto Político Pedagógico**. Porto Alegre: Senac- RS, 2009.

COSTA, Sylvio de Souza Gadelha. **Governamentalidade Neoliberal, Teoria do Capital Humano e Empreendedorismo**. Educação & Realidade. Porto Alegre, v. 34, n. 2, mai/ago, p. 171-186, 2009.

MEISTER, J. C. **Educação corporativa**. São Paulo: Makron Books, 1999.

PAIM, R.L.C. **Estratégias metodológicas na formação de empreendedores em cursos de graduação: cultura empreendedora**. 2001. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

²¹ Formação Inicial e Continuada.

QUARTIERO, E. M.; CERNY, R. Z. Universidade Corporativa: uma nova face da relação entre mundo do trabalho e mundo da educação. In: QUARTIERO, E. M.; BIANCHETTI, L. (Orgs.) **Educação corporativa**: mundo do trabalho e do conhecimento: aproximações. São Paulo: Cortez, 2005.

RICARDO, Eleonora Jorge (Org.). **Gestão da educação corporativa**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SIMANTOB, Moysés; LIPPI, Roberta. **Guia Valor Econômico de Inovação nas Empresas**. São Paulo: Globo, 2003.