

**Guilherme Gonçalves Holanda
Igor Ferreira do Nascimento
Rui Marques Carvalho**

Entre **BRITIS** e Negócios

Matemática e Educação Financeira no Ensino de Ipiranga do Piauí

Entre Buritis e Negócios

Matemática e Educação Financeira no Ensino de Ipiranga do Piauí

GUILHERME GONÇALVES HOLANDA
IGOR FERREIRA DO NASCIMENTO
RUI MARQUES CARVALHO

Revisão
LADY ANA DA SILVA SOARES

Diagramação e Ilustrações
ANTÔNIO LEONARDO NOGUEIRA DIAS

1ª Edição – 2026



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

H722e Holanda, Guilherme Gonçalves.
Entre buritis e negócios: matemática e educação financeira no ensino de Ipiranga do Piauí [livro digital] / Guilherme Gonçalves Holanda, Igor Ferreira do Nascimento, Rui Marques Carvalho. – 1. ed.–
Teresina: Edição do Autor, 2026.
83 p.: il.: e-book; PDF.

ISBN 978-65-266-7739-1

1. Educação Financeira 2. Empreendedorismo 3. Matemática – Ensino 4. Produto Educacional 5. Estatísticas 6. Marketing Digital 7. Ipiranga do Piauí 8. Cotidiano I. Título

CDD – 371.206

Ficha Catalográfica: Bibliotecária Larissa Andrade CRB – 3/1179

Todos os direitos reservados. De acordo com a Lei nº. 9.610, de 19/02/1998, nenhuma parte deste livro pode ser fotocopiada, gravada, reproduzida ou armazenada num sistema de recuperação de informação ou transmitida sob qualquer forma, por meio eletrônico ou mecânico, sem prévio consentimento do autor.

FICHA TÉCNICA DO PRODUTO EDUCACIONAL

Título do E-Book: “Entre Burititis e Negócios: Matemática e Educação Financeira no Ensino de Ipiranga do Piauí”.

Financiamento: CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior).

Origem: Trabalho de dissertação, do programa Mestrado Profissional em Matemática em Rede Nacional (PROFMAT) – Instituto Federal do Piauí (IFPI), intitulado “A INTEGRAÇÃO DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA E DO EMPREENDEDORISMO NO PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM DE ESTUDANTES EM UMA ESCOLA DE IPIRANGA DO PIAUÍ”.

Autores: Guilherme Gonçalves Holanda, Igor Ferreira do Nascimento e Rui Marques Carvalho.

Instituição: Instituto Federal do Piauí (IFPI) – *Campus Floriano-PI*

Área: Educação Matemática e Financeira.

Público-alvo: Professores de Matemática da Educação Básica, especialmente do Ensino Fundamental – Anos Finais.

Objetivo: Apresentar uma proposta didática de educação financeira e empreendedorismo no ensino de matemática, através de uma metodologia de aprendizagem baseada em projetos grupais, junto aos arranjos produtivos locais para o desenvolvimento das habilidades empreendedoras, visando promover uma aprendizagem contextualizada, investigativa e cooperativa, incentivando o protagonismo juvenil, conforme desenvolvido na dissertação.


Categoria: Produto Educacional – Sequência Didática, estruturado como guia completo para professores e materiais didáticos estruturados para intervenção pedagógica, através de temas sugestivos de aulas, atividades práticas diagnósticas e grupais, orientações ao professor e recursos visuais.

Disponibilidade: Irrestrita para fins educacionais, preservando-se os direitos autorais e a proibição de uso comercial, mediante citação da autoria.

Idioma/País: Português/Brasil.

Ano: 2026

Palavras-chave: Matemática Financeira; Estatística; Educação Financeira; Ensino; Marketing Digital.

A tropical landscape at sunset. In the foreground on the left, a large palm tree with several clusters of coconuts stands prominently. The background features a body of water reflecting the golden light of the setting sun, with several other palm trees scattered across the horizon. The sky is filled with soft, wispy clouds, and the overall atmosphere is warm and serene.

Após mais uma bela jornada de muitos aprendizados e valores, dedico este trabalho a Deus, sustentáculo de tudo; a minha família, pela força, exemplo e luta por ideais; e ao povo acolhedor de Ipiranga do Piauí, apaixonados pelo poder transformador da educação.

APRESENTAÇÃO

Olá Caríssimos(as) Leitores(as). Que bom ter vocês por aqui!

Este Guia Pedagógico nasce na necessidade de ajudar os professores brasileiros a transformarem suas salas de aula, de matemática e educação financeira, em novos espaços de descobertas, cooperação e troca de conhecimentos, recheadas de adolescentes protagonistas do processo de ensino-aprendizagem, conectados as suas vivências e identidade local.

Por que este e-book é relevante?

A educação e o letramento financeiro, tema bastante debatido em diversas áreas financeiras e educacionais, consolidando-se como um elemento essencial na formação dos estudantes, especialmente em um contexto em que decisões envolvendo consumo, planejamento e organização do dinheiro fazem parte do cotidiano, seja familiar, pessoal e profissional. Dessa forma, este e-book apresenta práticas de educação financeira na escola que são fundamentais para muitos alunos que enfrentam dificuldades em relacionar os conteúdos matemáticos com situações reais do cotidiano. Ao trazer temas como consumo consciente, planejamento e organização do dinheiro para a sala de aula, o ensino ganha sentido prático e se torna mais próximo da realidade vivida pelos estudantes em seus contextos familiar, pessoal e profissional. Essa proposta fortalece a compreensão dos conceitos matemáticos e contribui para a formação integral dos jovens, preparando-os para tomar decisões responsáveis e conscientes em um mundo onde o uso do dinheiro é constante. Assim, evidencia-se a necessidade de práticas pedagógicas contextualizadas, capazes de conectar teoria e prática, tornando o aprendizado mais significativo e aplicável.

Qual é a proposta deste material?

Este e-book apresenta uma proposta de sequência didática que integra Matemática e Educação Financeira a partir da realidade de Ipiranga do Piauí, sobretudo após a implantação da modalidade “Educação em Tempo Integral” e da disciplina “Educação Financeira e Empreendedorismo” na matriz curricular da rede municipal de ensino. O material foi construído com base em uma prática pedagógica desenvolvida em sala de aula (9º Ano do Ensino Fundamental), com foco na aplicação de metodologias ativas, como a Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP), buscando tornar o ensino mais participativo e conectado ao cotidiano dos estudantes.

O que você vai encontrar aqui?

Ao longo deste e-book, você encontrará:

- Uma sequência didática organizada por etapas;
- Propostas de atividades práticas e contextualizadas;
- Orientações para aplicação em sala de aula;
- Sugestões de trabalho com Matemática Financeira, Estatística e Empreendedorismo;
- Indicações de como desenvolver atividades envolvendo pesquisa, análise de dados e planejamento financeiro.

O material foi pensado para ser utilizado como apoio ao professor, podendo ser adaptado conforme a realidade de cada turma dos anos finais do Ensino Fundamental.

Como a realidade local é trabalhada na proposta?

A proposta considera a realidade de Ipiranga do Piauí como elemento central no processo de ensino-aprendizagem. A partir dela, são desenvolvidas atividades que dialogam com o cotidiano dos estudantes, com destaque para o comércio local, os pequenos empreendimentos (ou arranjos produtivos locais) e as dinâmicas econômicas da comunidade. Essa aproximação contribui para tornar o conteúdo mais atrativo e facilita a compreensão dos conceitos matemáticos aplicados no dia a dia.

Para quem é este e-book?

Este material foi desenvolvido especialmente para:

- Professores de Matemática da Educação Básica;
- Professores que atuam com disciplinas diversificadas envolvendo Educação Financeira e Empreendedorismo;
- Professores desejam desenvolver projetos integrados aos componentes da BNCC e de seus temas transversais, envolvendo Educação Financeira e Empreendedorismo;
- Coordenadores pedagógicos;
- Educadores interessados em práticas pedagógicas mais contextualizadas.

Como este material está organizado?

O e-book está estruturado de forma progressiva, apresentando:

- A contextualização da proposta;
- A descrição das etapas da sequência didática;
- As orientações para aplicação em sala de aula;
- As atividades sugeridas para cada momento do processo.

Qual é o objetivo deste e-book?

Apresentar uma proposta didática de educação financeira e empreendedorismo no ensino de matemática, através de uma metodologia de aprendizagem baseada em projetos grupais, junto aos arranjos produtivos locais para o desenvolvimento das habilidades empreendedoras, visando promover uma aprendizagem contextualizada, investigativa e cooperativa, incentivando o protagonismo juvenil conforme desenvolvido na dissertação.

Um convite ao professor

Este e-book é um convite para repensar a prática pedagógica, aproximando o ensino da realidade dos alunos e valorizando experiências que fazem sentido no cotidiano escolar. Mais do que apresentar uma proposta, este material busca apoiar o professor na construção de aulas mais dinâmicas, participativas e conectadas com a vida, desmistificando a complexidade e demonstrando a importância da matemática de forma prática.

SUMÁRIO

1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA E ENSINO: CONTEXTO E FUNDAMENTOS	8
1.1 A EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO CONTEXTO ESCOLAR	9
1.2 METODOLOGIAS ATIVAS E O PROTAGONISMO DOS ESTUDANTES	11
2 FUNDAMENTOS MATEMÁTICOS E ESTATÍSTICOS	13
2.1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS DA MATEMÁTICA FINANCEIRA.....	14
2.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS DA ESTATÍSTICA	17
2.3 INTEGRAÇÃO ENTRE MATEMÁTICA FINANCEIRA E ESTATÍSTICA.....	20
3 A SEQUÊNCIA DIDÁTICA: CAMINHOS PARA A PRÁTICA	21
3.1 ETAPA 1 – DIAGNÓSTICO, DISCUSSÃO E SENSIBILIZAÇÃO	25
3.2 ETAPA 2 – AULAS PRÉ-PESQUISA DE CAMPO	28
3.2.1 Aulas 2 e 3 – “De Aprendiz a Gestor” e a “Matemática do Dinheiro”	30
3.2.2 Aula 4 e 5 – “O DNA do Negócio” e “Decifrando os dados”	32
3.3 ETAPA 3 – PESQUISA DE CAMPO, COM EMPREENDEDORES	36
3.4 ETAPA 4 – AULAS PÓS-PESQUISA DE CAMPO	40
3.4.1 Aula 8 – “Análise estatística e organização dos dados”	42
3.4.2 Aulas 9 e 10 – “Construção e análise de tabelas e gráficos”	43
3.4.3 Aula 11 – “Marketing Digital na prática”	47
3.5 ETAPA 5 – PREPARAÇÃO E CULMINÂNCIA DA “FEIRINHA”	47
3.5.1 Aulas 12, 13 e 14 – “Preparação, planejamento e construção dos materiais” ..	48
3.5.2 Aulas 15 e 16 – Realização da “Feirinha” em Sala de Aula	49
3.6 ETAPA 6: DIAGNÓSTICO FINAL E FEEDBACK DA INTERVENÇÃO.....	52
3.6.1 Aulas 17 e 18 – Diagnóstico, reflexão e devolutiva coletiva.....	53
4 RESULTADOS E EVIDÊNCIAS	57
4.1 AVANÇOS NA EDUCAÇÃO FINANCEIRA E NA MATEMÁTICA FINANCEIRA ..	58
4.2 DESENVOLVIMENTO DA INTERPRETAÇÃO GRÁFICA E DA ESTATÍSTICA ..	58
4.3 PROTAGONISMO E ENGAJAMENTO ESTUDANTIL.....	59
4.4 APROXIMAÇÃO ENTRE ESCOLA E COTIDIANO	59
4.5 CONSIDERAÇÕES SOBRE A APLICAÇÃO DA PROPOSTA	60
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES PARA O PROFESSOR	61
6 OS AUTORES	64
7 AGRADECIMENTOS	65
REFERÊNCIAS	69
BÔNUS 1: PROJETO CULTURAL PARA A SEMANA ENEF	72
BÔNUS 2: PROJETO OLÍMPICO PARA OLITEF E AFINS	77



1

**EDUCAÇÃO FINANCEIRA E ENSINO:
CONTEXTO E FUNDAMENTOS**

Nos últimos anos, o Brasil tem enfrentado um cenário econômico marcado por desafios como inflação, endividamento das famílias e instabilidade financeira. Esse contexto impacta diretamente a vida da população e o seu bem-estar mental e físico, exigindo cada vez mais que os indivíduos desenvolvam habilidades relacionadas à organização financeira, planejamento e tomada de decisões críticas e conscientes.

No cotidiano, é comum observar situações em que muitas pessoas apresentam dificuldades em lidar com o próprio dinheiro, seja no controle de gastos, no uso do crédito ou na realização de investimentos. Esse cenário reforça a importância da educação financeira como uma ferramenta essencial para a formação cidadã. Nesse sentido, a escola assume um papel fundamental de formação. Ao proporcionar o contato com conceitos financeiros desde a Educação Básica, contribui para que os estudantes desenvolvam uma visão mais responsável em relação ao consumo, ao planejamento e ao uso do dinheiro ao longo da vida.

Além disso, compreender a dinâmica econômica não significa apenas aprender a calcular valores, mas também entender o funcionamento do mercado, as relações de consumo e os impactos das decisões financeiras no contexto pessoal e social local, regional, nacional e internacional.

1.1 A EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO CONTEXTO ESCOLAR

A educação financeira tem ganhado cada vez mais espaço no cenário educacional brasileiro, sobretudo neste momento de avaliação de dados quantitativos registrados nas últimas avaliações externas. Em 2022, segundo o PISA (Programa Internacional de Avaliação de Estudantes), apenas 2% dos estudantes brasileiros, próximos aos 15 anos, conseguiam resolver problemas financeiros não rotineiros. Em 2024, o Brasil ficou em 17º lugar no ranking internacional de competência financeira, com 416 pontos, 82 pontos abaixo da média da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), onde mais de 45% dos estudantes brasileiros não têm conhecimentos básicos de finanças.

Dessa forma, o letramento matemático, financeiro e fiscal tornou-se palco de inúmeras discussões, workshop, congressos e câmaras de educação, tornando-se uma temática essencial para a formação cidadã dos estudantes. Sua inserção no currículo escolar não deve ocorrer de forma isolada, mas como parte dos Temas Contemporâneos Transversais previstos na Base Nacional Comum Curricular (BNCC), especialmente no eixo de Economia.

Nesse contexto, a BNCC orienta que a escola deve promover o desenvolvimento de competências que possibilitem aos estudantes compreender, analisar e tomar decisões relacionadas à vida financeira, ao consumo consciente e à organização econômica pessoal e familiar. Essa perspectiva também está alinhada ao Currículo do Estado do Piauí, que reforça a necessidade de integrar teoria e prática, conectando os conteúdos matemáticos às situações reais vivenciadas pelos alunos.

No entanto, apesar desse avanço nos documentos oficiais, ainda é comum a educação financeira ser trabalhada de forma limitada, muitas vezes restrita ao ensino

de porcentagem, juros e cálculos isolados. Essa abordagem reduz o potencial da temática e dificulta sua aplicação no cotidiano.

Diante disso, surgem iniciativas e programas que buscam fortalecer a presença da educação financeira nas escolas e ampliar suas possibilidades de abordagem. Entre eles, destaca-se o programa “Na Ponta do Lápis”, que tem como objetivo apoiar redes de ensino na implementação de práticas pedagógicas voltadas à educação financeira, fiscal, previdenciária e securitária, promovendo a formação integral dos estudantes, como mostra a Figura 1 abaixo, onde temos o registro da “2ª reunião com os representantes técnicos estaduais do programa”, realizada no Ministério da Educação (MEC) em abril de 2026, em Brasília/DF, onde educadores das redes municipais e estaduais dialogaram e construíram os primeiros passos para implantação deste programas em suas redes, inclusive com a participação do autor deste material, atualmente articulador, pela Undime-PI, no estado do Piauí.

Figura 1 – 2ª Reunião com os Técnicos Estaduais do Programa “Na ponta do lápis”, em Brasília



Fonte: Reprodução/Assessoria de Comunicação - Ministério da Educação (2026).

Outro importante projeto é o “Aprender Valor”, plataforma geral do programa “Na Ponta do Lápis”, desenvolvido pelo Banco Central do Brasil, que oferece recursos didáticos, formação para professores e materiais estruturados para o trabalho com educação financeira nas escolas públicas. Além disso, a Semana Nacional de Educação Financeira (Semana ENEF) tem desempenhado um papel relevante na mobilização de escolas, professores e comunidades, promovendo debates, atividades e ações voltadas à conscientização sobre o uso do dinheiro e o planejamento financeiro.

No campo das avaliações e incentivo à aprendizagem, outra ação do “Na Ponta do Lápis”, destaca-se a Olimpíada do Tesouro Direto de Educação Financeira (OLITEF), que tem como objetivo estimular o interesse dos estudantes pela temática, promovendo o desenvolvimento de habilidades relacionadas à educação financeira de forma desafiadora, onde, em sua última edição (2025), estudantes ipiranguenses conquistaram 10 medalhas de ouro, 17 de prata e 29 de bronze, perfazendo um total de 56 medalhas, sendo reconhecidos na Figura 2 abaixo, alguns desses alunos e

autoridades municipais e escolares, durante a Solenidade Municipal de Entrega de Medalhas e Reconhecimento Olímpico, em dezembro de 2025.

Figura 2 – Premiados da OLITEF 2025 e autoridades locais na Solenidade Municipal de Entrega de Medalhas e Reconhecimento Olímpico



Fonte: Reprodução/Mateus Silva/Portal Riachaonet (2025).

Essas iniciativas evidenciam que a educação financeira vem sendo tratada como uma política pública educacional, articulando diferentes instituições e fortalecendo sua presença no ambiente escolar. Nesse cenário, o papel do professor torna-se ainda mais relevante, sendo responsável por mediar o processo de ensino-aprendizagem e promover práticas que integrem os conteúdos matemáticos com situações reais. A articulação entre Matemática, Estatística e Empreendedorismo amplia as possibilidades de aprendizagem, permitindo que o aluno desenvolva competências como análise de dados, planejamento financeiro e tomada de decisões.

Dessa forma, a educação financeira, quando trabalhada de maneira contextualizada e integrada, deixa de ser apenas um conteúdo curricular/transversal e passa a se constituir como uma ferramenta essencial para a vida, contribuindo para a formação de estudantes mais críticos, conscientes e preparados para os desafios do mundo contemporâneo.

1.2 METODOLOGIAS ATIVAS E O PROTAGONISMO DOS ESTUDANTES

Para que a educação financeira seja, de fato, significativa, é necessário repensar as estratégias de ensino utilizadas em sala de aula. O ensino tradicional sozinho não amplia novos horizontes de letramentos matemáticos. Nesse contexto, as metodologias ativas se destacam como uma importante alternativa, pois colocam o estudante no centro do processo, tornando-se protagonista, mais interessado em cada etapa proposta planejada.

Diferentemente das abordagens tradicionais, em que o aluno assume um papel mais passivo, as metodologias ativas incentivam a participação, a investigação, a colaboração, a cooperação e a resolução de situações-problemas. O estudante

deixa de ser apenas receptor de informações e passa a atuar como sujeito ativo na construção do conhecimento.

Entre essas metodologias, destaca-se a Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP), que propõe o desenvolvimento de atividades a partir de situações reais ou problemas do cotidiano. Essa abordagem permite que os alunos investiguem, pesquisem e agrupem valores, analisem dados, tomem decisões e apresentem soluções, desenvolvendo habilidades importantes para a vida pessoal e profissional.

Além disso, o uso de atividades práticas, pesquisas de campo, trabalho em grupo e uso de tecnologias contribui para tornar o ensino mais envolvente. Essas estratégias favorecem o desenvolvimento do pensamento crítico, da autonomia e da capacidade de resolver problemas.

No contexto de Ipiranga do Piauí, esse movimento já apresenta avanços importantes. A implementação da modalidade “Educação em Tempo Integral”, desde 2023, e a inserção do componente “Educação Financeira e ao Empreendedorismo” na matriz curricular, desde 2024, têm contribuído para aproximar os estudantes de situações reais do cotidiano econômico da cidade.

Observa-se, nesse cenário, um crescente envolvimento dos alunos com práticas relacionadas ao empreendedorismo (sobretudo durante a realização de grandes eventos culturais, como a Semana Cultural da Juventude Ipiranguense, maior evento cultural em praça pública do estado do Piauí), ao planejamento financeiro e ao uso de ferramentas digitais, especialmente no que diz respeito à divulgação de produtos e serviços nas redes sociais. Esse movimento tem favorecido o desenvolvimento do protagonismo juvenil, estimulando a criatividade, a autonomia e a capacidade de tomada de decisões.

Além disso, a participação de estudantes em iniciativas educacionais, projetos e eventos voltados à educação financeira e ao empreendedorismo tem evidenciado o potencial dos jovens ipiranguenses, destacando-se em experiências que valorizam o conhecimento aplicado, a análise de dados e a resolução de problemas reais. Exemplo disso, é o Projeto “DO SONHO AO PLANEJAMENTO: O poder da educação financeira” realizado dentro do calendário da Semana ENEF 2026, como mostra a Figura 3 a seguir, mostra adolescentes do Ensino Fundamental esbanjando talento e criatividade em apresentações culturais e jornalísticas acerca de finanças.

Figura 3 – Culminância do Projeto “DO SONHO AO PLANEJAMENTO: O poder da educação financeira”, realizado dentro da Semana ENEF 2026



Fonte: Leonardo Dias/InhaúmaTV (2026).



2

**FUNDAMENTOS MATEMÁTICOS
E ESTATÍSTICOS**



B

Ao analisar este capítulo com os temas abordados no anterior, é possível realizar um paralelo entre a estatística, a matemática e a educação financeira, mostrando que estas áreas vão muito além de cálculos e fórmulas. Elas estão diretamente interligadas à forma como as pessoas lidam com o dinheiro no dia a dia, utilizando destes princípios matemáticos para tomada de decisões que impactam sua vida pessoal, familiar e até profissional. Ao relacionar estes termos com o empreendedorismo, fica claro que esses conhecimentos, quando trabalhados juntos (com um bom planejamento e metodologias que geram engajamento), ajudam a construir uma visão mais crítica e consciente sobre a realidade econômica coletiva.

2.1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS DA MATEMÁTICA FINANCEIRA

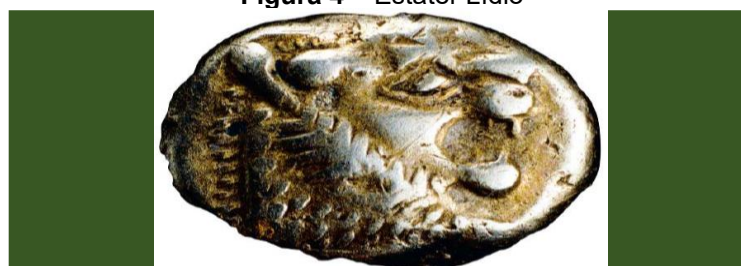
Ao longo de anos, a linha-trajetória da história da matemática e educação financeira evidencia que esse campo do conhecimento foi constituído gradativamente em resposta às demandas econômicas e sociais das diferentes civilizações.

Nas sociedades antigas, observa-se o avanço dessas práticas por meio da formalização de registros econômicos e da utilização de instrumentos que possibilitavam mensurar riquezas e organizar transações. Civilizações do Oriente Próximo e do Mediterrâneo desenvolveram mecanismos que envolviam empréstimos, tributos e contratos (a exemplo dos sumérios, onde sua tábua de registro financeiro é o elemento comercial mais antigo datado), demonstrando compreensão inicial do papel do tempo nas operações econômicas.

Enquanto no Egito Antigo as trocas de mercadorias eram realizadas a partir de metais divididos em pepitas ou palhetas, o Império Romano usava o escambo e o valor de troca, o sal, que servia para conservar alimentos (daí a palavra salário, em português), determinando rotas comerciais e demonstrando influência política e econômica (sustentando o poder de governantes e civis).

A criação e difusão da moeda representaram um marco significativo, pois favoreceram a padronização das trocas e ampliaram a complexidade das relações comerciais, exigindo maior precisão nos cálculos e fortalecendo o desenvolvimento de práticas financeiras mais estruturadas. As primeiras moedas criadas surgiram na região da Líbia (hoje Turquia), durante o século VII a.C, chamada de Estáter Lídio, feitas de electrum (uma liga de ouro e prata) e estampadas com um leão.

Figura 4 – Estáter Lídio



Fonte: Fernando López Sánchez – National Geographic (2020).

O surgimento de instituições bancárias, entre os séculos XIII e XV, e o desenvolvimento de práticas contábeis contribuíram para a consolidação de métodos voltados à análise de ganhos, riscos e financiamentos, evidenciando a importância da matemática financeira para a sustentação das atividades mercantis. Na Idade Contemporânea, o avanço industrial e o crescimento dos mercados financeiros promoveram significativa ampliação das aplicações da matemática financeira.

A palavra empreendedorismo surgiu no século XVII para caracterizar as parcerias estabelecidas entre a burguesia e o Estado, com o objetivo de desenvolver novas maneiras de produzir e comercializar, reduzindo a dependência dos grandes proprietários de capital.

O Brasil apresenta uma tradição empreendedora desde o período das grandes navegações, quando a adaptação ao novo território exigiu iniciativa e estratégia. Entre os nomes históricos ligados a esse espírito destacam-se o Barão de Mauá, pioneiro da industrialização com investimentos em diversos setores, e Dom Pedro II, que incentivou a ciência e a modernização do país. Outro grande exemplo de empreendimento é a família Matarazzo, uma das dinastias industriais e financeiras mais poderosas do Brasil. Fundada pelo imigrante italiano Francesco Matarazzo (1854–1937), que construiu em São Paulo o maior complexo empresarial da América Latina (Indústrias Reunidas Fábricas Matarazzo – IRFM).

A partir da década de 1990, com a abertura econômica, o termo empreendedorismo ganhou força no Brasil, impulsionando casos de sucesso que vão de grandes empresários como Abílio Diniz, Luiza Trajano, Eduardo Saverin, João Claudino, Jorge Paulo Lemann e Silvio Santos, a milhares de brasileiros que criam seus próprios negócios e transformam suas realidades.

No contexto atual, num sistema globalizado (onde app's e plataformas estão de fácil e rápido acesso) caracterizado pela crescente complexidade dos sistemas financeiros e pela ampliação do acesso a produtos de crédito e investimento (aplicados a acréscimos e decréscimos sucessivos), observa-se a expansão do alcance da matemática financeira para o cotidiano dos indivíduos na palma da mão, através de seus próprios aparelhos eletrônicos.

Dessa forma, a Matemática Financeira constitui um campo importante para a compreensão das relações econômicas presentes no cotidiano brasileiro, permitindo analisar situações que envolvem consumo, planejamento financeiro e tomada de decisões. Seus fundamentos estão diretamente relacionados a conceitos matemáticos básicos, como razão, proporção (grandezas diretas e inversas) e porcentagem, que possibilitam compreender relações entre grandezas e interpretar situações práticas do dia a dia.

A proporcionalidade, frequentemente aplicada por meio da regra de três simples, desempenha papel importante na resolução de problemas que envolvem variações de valores. No campo específico da Matemática Financeira, destacam-se os seguintes conceitos:

- Arranjos Produtivos Locais: empresas de um mesmo setor que cooperam entre si para aumentar a competitividade, produtividade e inovação;

- Agentes Econômicos: Pessoa jurídica ou física que realiza uma operação financeira;
- Capital (C): valor inicial de uma operação financeira;
- Taxa de juros (i): percentual aplicado ao capital;
- Tempo (t): período considerado;
- Juros (J): rendimento obtido;
- Montante (M): valor final da operação;
- Lucro (L): valor líquido ao final da operação, após a dedução de todos os custos do Montante.
- Inflação: fenômeno de aumento persistente e generalizado dos preços, serviços e bens;
- Deflação: fenômeno de queda persistente dos preços de bens, preços e serviços.

Outras definições importantes são acréscimo e decréscimo (abatimento ou desconto), com variações percentuais aplicadas a um valor inicial. No acréscimo soma-se o valor calculado ao original, enquanto o desconto subtrai (uma maneira de incentivar o cliente a liquidação).

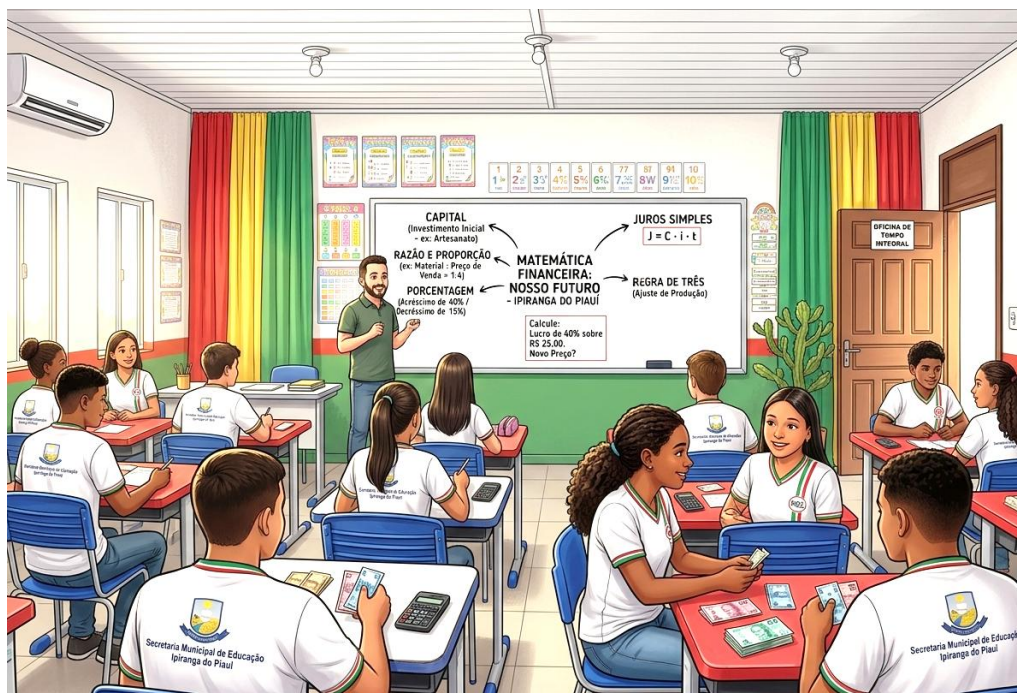
Podemos citar também a Margem de Lucro e o *Markup*. A principal diferença entre ambos é a base de cálculo: o *Markup* é um multiplicador aplicado sobre o custo do produto para definir o preço de venda, enquanto a Margem de Lucro é o percentual de lucro em relação ao preço final de venda. É muito importante o investidor compreender essa distinção na hora de precificar produtos e serviços. O *markup* garante que o preço cubra as despesas e o lucro com base no que você gastou para produzir ou comprar, enquanto a margem revela a saúde financeira real do negócio.

É importante salientar que, durante todo o desenvolvimento da intervenção pedagógica, a pesquisa buscou priorizar a compreensão dos conceitos de lucro, custo e porcentagem para estudantes do 9º ano do Ensino Fundamental, utilizando uma abordagem mais acessível, familiar e operacional. Nesse contexto, a expressão “Margem de Lucro” foi empregada de maneira simplificada para representar a relação entre o lucro obtido e o custo total do produto/serviço, favorecendo o desenvolvimento do raciocínio proporcional e da interpretação de porcentagens em situações a serem vivenciadas nos arranjos produtivos locais, pelos estudantes. O autor deixa a cargo do professor-leitor a realizar a adaptação da intervenção pedagógica para turmas mais avançadas, a exemplo os anos subsequentes do Ensino Médio.

Não poderíamos deixar de falar dos Sistemas de Capitalização. Os juros podem ser classificados em Simples ou Compostos, conforme o regime de capitalização adotado para calcular o montante ao longo do tempo. Enquanto os juros compostos são mais frequentes em operações comerciais e empresariais de médio e longo prazo, os juros simples costumam ser utilizados em transações de curtíssimo prazo e/ou rápidas entre credor/cliente. Da mesma forma que os conceitos de Margem de Lucro e *Markup*, o autor enfatiza, neste estudo, os juros simples, já que a aplicação da pesquisa se deu no Ensino Fundamental, alinhada as habilidades e competências

matemática e financeiras, previstas na BNCC e na Matriz de Competências de Letramento Financeiro do Aprender Valor (do Banco Central) destinadas ao 9º Ano desta modalidade

Figura 5 – Ilustração da Turma do 9º Ano do EF em aula teórico-prática sobre Matemática e Educação Financeira, utilizando calculadora e dinheiro de papel



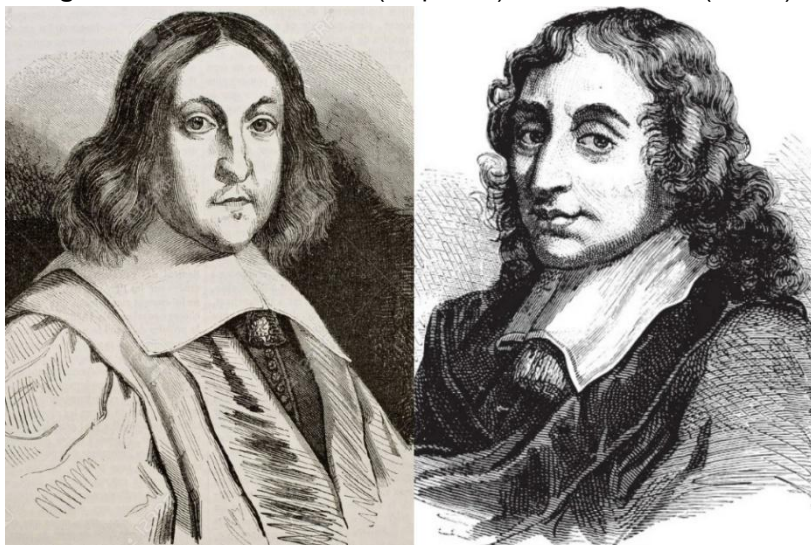
Fonte: Imagem gerada pelo Gemini (não condiz com a realidade), 2026.

Esses conteúdos favorecem o desenvolvimento de habilidades relacionadas à resolução de problemas e à análise de situações financeiras, estando alinhados à BNCC, especialmente nas habilidades EF07MA06, EF08MA04, EF09MA05 e EF09MA06. No Currículo do Piauí, por exemplo, esses conhecimentos estão inseridos dentro de uma proposta de educação integral, que busca articular teoria e prática, promovendo aprendizagens ainda mais concretas e conectadas à realidade dos estudantes, adequadas as suas vivências e experimentações.

2.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS DA ESTATÍSTICA

A Estatística surgiu da necessidade de organização de dados por parte dos Estados, especialmente em relação à população, economia e administração pública. Três séculos anteriores ao tempo de Jesus Cristo já se realizavam censos, mas o termo Estatística só foi utilizado apenas no século XVIII, assinalado pelo matemático e cientista político alemão Gottfried Achenwall (1719-1772). Esta área matemática de estudo de dados foi separada em 4 períodos históricos, onde cientistas matemáticos deixaram grandes contribuições, sobretudo no terceiro período, como Pierre de Fermat (1601-1665) e Blaise Pascal (1623-1662), apresentados na Figura 6 a seguir, com o desenvolvimento do cálculo das probabilidades.

Figura 6 – Pierre de Fermat (esquerda) e Blaise Pascal (direita)



Fonte: Reprodução/Brasil Escola [s.d.].

Ao longo do tempo, desenvolveu-se como uma área fundamental para a análise e interpretação de informações. No contexto educacional, a Estatística contribui para o desenvolvimento do pensamento crítico, permitindo que os estudantes analisem dados e tomem decisões com base em informações concretas. Entre os conceitos estruturantes da Estatística, destacam-se:

- População: conjunto total de elementos estudados;
- Amostra: parte representativa da população;
- Censo: levantamento completo dos dados;

No processo de organização e análise de dados, são trabalhadas as Frequência Absoluta (FA) e a Frequência Relativa (FR), adaptados as variáveis estatísticas quantitativas (numéricas) e qualitativas (nominais).

Na representação dos dados, utilizam-se diferentes tipos de gráficos, a depender do planejamento e das variáveis estatísticas escolhidas:

- Gráfico de barras: representa a comparação de dados entre várias categorias de uma variável e entre itens individuais;
- Gráfico de setores: formado por setores circulares que, juntos, compõe 100% da área de um círculo. Existe uma relação de proporcionalidade de cada setor e o todo;
- Gráfico de linhas representa a comparação de dados ao longo do tempo, ou seja, mostra a evolução de uma ou mais variáveis ao longo do tempo.

Para o caso das variáveis quantitativas, podemos estabelecer um valor médio (ou central), através das medidas de tendência central, e um valor indicativo de grau de variabilidade (ou dispersão) em torno do valor central, por meio das medidas de variabilidade. As medidas de centralidade são:

- Média Ponderada: cálculo de média onde cada valor possui um peso (ou importância) diferente. Para o seu cálculo de valor final, multiplica-se cada valor pelo seu respectivo peso, somam-se os produtos e divide-se pelo total de pesos;
- Média Aritmética (caso especial de média ponderada): é a soma todos os valores de um conjunto de dados (de uma variável quantitativa) e dividindo este valor pelo número de elementos deste conjunto;
- Moda: corresponde ao valor que mais aparece num conjunto de valores;
- Mediana: valor que divide um grupo de valores (de uma variável quantitativa) em duas partes, com o mesmo número de termos, sendo este grupo previamente ordenado em ordem crescente ou decrescente.

Já as medidas de dispersão são:

- Amplitude: é a diferença entre o maior e o menor valor de um agrupamento n elementos do grupo pesquisado, sendo estes não agrupados.
- Variância: é definida como a dispersão dos dados em torno de sua média aritmética, considerando todos os n elementos do grupo estudado. Ela é definida como sendo a média dos quadrados dos desvios em relação à média aritmética;
- Desvio-padrão: indica o quanto os dados de um conjunto estão afastados da média aritmética.

É importante salientar que durante a abordagem dos conteúdos estatísticos, o autor optou somente pela utilização das Medidas de Tendência Central, já que são mais compreensíveis e acessíveis os conceitos aos alunos do 9º ano do Ensino Fundamental, seguindo as competências relativas a esta turma. O autor deixa a cargo do professor-leitor da realizar a adaptação da intervenção pedagógica para turmas mais avançadas, a exemplo os anos subsequentes do Ensino Médio.

As medidas de variabilidade ou dispersão envolvem cálculos mais complexos, o que poderia dificultar a compreensão dos estudantes no tempo previsto para a realização da pesquisa. Dessa forma, a escolha buscou favorecer uma aprendizagem mais interativa e adequada ao nível da turma.

Esses conceitos estão alinhados às habilidades da BNCC, como: EF07MA23, EF08MA25 e EF09MA23. No Currículo do Piauí, a Estatística é compreendida como uma ferramenta essencial para a leitura e interpretação da realidade, sendo trabalhada de forma integrada e contextualizada, favorecendo o desenvolvimento de competências relacionadas à análise crítica e à tomada de decisões.

No contexto atual, o marketing digital tem se consolidado como uma importante ferramenta de divulgação de produtos e serviços, especialmente por meio das redes sociais. Nesse momento de intervenção, os estudantes tiveram contato, também, com conceitos básicos desta terminologia, entendido como o conjunto de

estratégias utilizadas em ambientes online para promover produtos ou ideias, por meio de redes sociais e outras plataformas digitais. Nesse cenário, conceitos matemáticos e estatísticos são constantemente utilizados para:

- Analisar dados de alcance e engajamento;
- Definir estratégias de venda;
- Avaliar lucros e investimentos;
- Definir novos públicos e mercados.

Figura 7 – Ilustração da Turma do 9º Ano do EF em aula teórico-prática sobre Estatística e Marketing Digital, utilizando recursos geométricos e tecnológicos disponíveis na escola



Fonte: Imagem gerada pelo Gemini (não condiz com a realidade), 2026.

2.3 INTEGRAÇÃO ENTRE MATEMÁTICA FINANCEIRA E ESTATÍSTICA

A articulação entre Matemática Financeira e Estatística deve ampliar as possibilidades de aprendizagem, permitindo que os estudantes compreendam o uso desses conhecimentos em situações reais e cotidianas. Ao trabalhar com dados, análise de informações e planejamento financeiro, o aluno desenvolve habilidades importantes para sua formação, como organização, interpretação e tomada de decisões. Essa integração está diretamente relacionada às orientações do Currículo do Piauí e ao plano de trabalho do IFPI, que destaca a importância de:

- práticas pedagógicas contextualizadas;
- integração entre áreas do conhecimento;
- uso de metodologias ativas;
- desenvolvimento de competências para a vida e para o mundo do trabalho.



**SEQUÊNCIA DIDÁTICA:
CAMINHOS PARA A PRÁTICA**

Neste capítulo, apresentamos a proposta metodológica que orienta a construção e aplicação deste e-book. Aqui, descreveremos o percurso desenvolvido a partir de uma sequência didática voltada à integração entre Matemática e Educação Financeira, Estatística, Empreendedorismo e Marketing Digital no contexto escolar.

A proposta foi desenvolvida em uma escola da rede pública de ensino do município de Ipiranga do Piauí, considerando o contexto social, econômico e cultural dos 19 estudantes (membros assentidos e consentidos durante toda a intervenção).

Ao longo da aplicação, foram realizadas 18 aulas, organizadas em momentos progressivos e analíticos que contemplaram diagnóstico inicial e final, desenvolvimento de conteúdos teórico-práticos, pesquisa de campo, análise de dados e construção de propostas práticas. Essas aulas foram distribuídas em etapas, respeitando uma sequência lógica de aprendizagem, podendo ser adaptadas conforme a realidade de cada professor, turma e rede de ensino.

Um dos elementos centrais desta proposta foi o desenvolvimento de Habilidades Empreendedoras (HE), que orientaram toda a construção das atividades. O foco principal das aplicações foi desenvolver, nos participantes, as seguintes habilidades dispostas na Figura 8 a seguir.

Figura 8 – As 4 Habilidades Empreendedoras



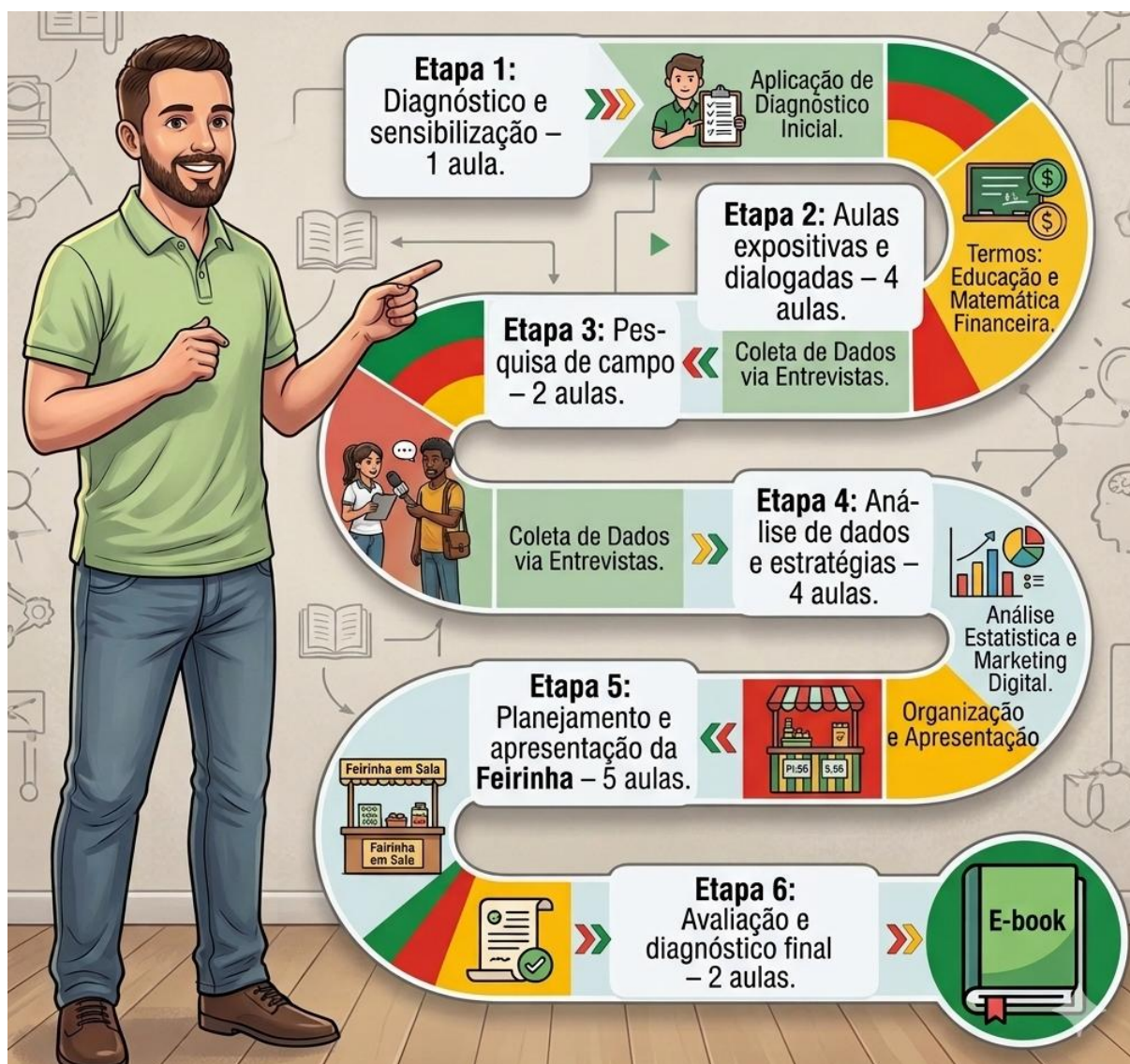
Fonte: Imagem gerada pelo Gemini, 2026.

Essas habilidades foram trabalhadas de forma integrada aos conteúdos matemáticos e estatísticos, utilizando a metodologia ABP, permitindo que os estudantes compreendessem, na prática e grupos, conceitos como porcentagem, proporcionalidade, juros, lucro, custo, análise de dados e planejamento financeiro.

Para a realização das atividades, foram utilizados diferentes instrumentos pedagógicos, como atividades orientadas, discussões em grupo, entrevista-semi-estrutura de campo, análise de dados, além do uso de recursos digitais para

planejamento e divulgação de produtos, além de pedagógicos de uso exclusivo do educador. Esses elementos contribuíram para tornar o processo mais dinâmico, investigativo e conectado com a realidade dos estudantes. A organização da sequência didática foi estruturada em seis etapas, distribuídas segundo o Fluxograma apresentando na Figura 9 abaixo.

Figura 9 – Fluxograma da Intervenção Pedagógica



Fonte: Imagem gerada pelo Gemini, 2026.

Essa estrutura foi pensada de forma progressiva, permitindo que o estudante avance do conhecimento inicial até a aplicação prática dos conteúdos, sempre articulando teoria e realidade. Na página seguinte, temos como material sugestivo, a folha de Avaliação de Desempenho dos Grupos, para uso/monitoramento exclusivo do professor. As atividades práticas e teóricas desenvolvidas pelos alunos, ao longo da intervenção, podem ser avaliadas (numa escala de 1 a 5) a partir de 7 critérios de avaliação e observações quem envolveram:

- a) Compreensão e aplicação de conceitos;

- b) Habilidade de pesquisa e coleta de dados;
- c) Habilidade de análise e interpretação de dados;
- d) Criatividade e inovação;
- e) Trabalho em grupo e colaboração;
- f) Comunicação e argumentação;
- g) Engajamento e proatividade geral.

Dessa forma, ao longo das próximas seções, serão apresentadas as etapas que compõem a sequência didática, detalhando seus objetivos, procedimentos e possibilidades de aplicação em sala de aula.

AValiação de Desempenho do Grupos				
Escola: _____.		Série: ___º Ano do EF		
Docente: _____.				
Nome Fictício do Grupo: _____.				
Integrantes: _____.				
Instruções:				
Utilize a escala de 1 a 5 para cada critério, onde:				
1 = Insuficiente/Não Demonstra				
2 = Regular/Demonstra Dificuldade				
3 = Bom/Demonstra Conhecimento Básico				
4 = Muito Bom/Demonstra Bom Conhecimento/Aplicação Satisfatória				
5 = Excelente/Demonstra Domínio e Autonomia/Criatividade				
Critério de Avaliação	Pré-Intervenção	Durante a Intervenção	Pós-Intervenção	Observações Qualitativas e Evidências
1. Compreensão e Aplicação de Conceitos: Empreendedorismo, Educação Financeira, Matemática Financeira, Estatística e Marketing Digital.	()	()	()	
2. Habilidade de Pesquisa e Coleta de Dados: Qualidade e organização da pesquisa de campo com empreendedores.	()	()	()	
3. Habilidade de Análise e Interpretação de Dados: Elaboração e apresentação de cartazes, tabelas e gráficos.	()	()	()	

4. Criatividade e Inovação: Originalidade na concepção das ideias e materiais (ex: para a Feirinha).	()	()	()	
5. Trabalho em Grupo e Colaboração: Interação, divisão de tarefas, resolução de conflitos, engajamento coletivo.	()	()	()	
6. Comunicação e Argumentação: Capacidade de expressar ideias do grupo, defender projetos e interagir (em apresentações, discussões).	()	()	()	

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

3.1 ETAPA 1 – DIAGNÓSTICO, DISCUSSÃO E SENSIBILIZAÇÃO

A etapa inicial desta sequência didática tem como objetivo principal diagnosticar o conhecimento prévio dos estudantes sobre as quatro áreas a serem avaliadas ao longo da intervenção e, ao mesmo tempo, sensibilizá-los para a temática, o problema e os objetivos da proposta, introduzir os conteúdos de Educação e Matemática Financeira, Estatística, Marketing Digital e Empreendedorismo aplicada ao cotidiano. Esse momento é fundamental dentro do processo de ensino, pois permite ao professor compreender o ponto de partida da turma, identificar lacunas de aprendizagem e, a partir disso, planejar as etapas seguintes de forma mais adequada.

QUADRO-RESUMO – ETAPA 1 (1 Aula)	
Objetos da Etapa	Descritivo
Objetivos	<ol style="list-style-type: none"> 1) Identificar os conhecimentos prévios dos estudantes; 2) Compreender a relação dos alunos com dinheiro e economia; 3) Investigar noções básicas de matemática financeira e estatística; 4) Conhecer a percepção dos alunos sobre empreendedorismo e os arranjos produtivos locais; 5) Sensibilizar os estudantes para a importância do tema; 6) Iniciar a organização dos grupos de trabalho.
Desenvolvimento da atividade	<p>A aula deve-se iniciar com uma breve conversa introdutória, conduzida pelo professor, com questionamentos simples e próximos da realidade dos alunos, como: Você já pensou em ter seu próprio negócio? Você sabe como as pessoas ganham dinheiro na sua cidade? Você costuma economizar ou gastar tudo o que ganha/recebe?</p> <p>Esse momento tem como objetivo quebrar a formalidade inicial, gerar interesse e estimular o entrosamento dos estudantes. Em seguida, é aplicado o Questionário Diagnóstico Inicial, de forma individual/grupo, em sala de aula. O instrumento, a seguir, contém questões que</p>

	buscam levantar informações sobre diferentes áreas do conhecimento envolvidas na proposta.
Estrutura do Questionário Diagnóstico	O questionário é organizado em seis eixos principais: Empreendedorismo, Educação Financeira, Matemática Financeira, Estatística, Marketing Digital e a Realidade econômica local.
Importância do diagnóstico	Os dados obtidos por meio do questionário funcionam como uma linha de base da aprendizagem, permitindo ao professor: ajustar a abordagem das aulas seguintes; reforçar conteúdos com maior dificuldade; valorizar conhecimentos já existentes e conectar o ensino com a realidade dos estudantes. Além disso, o questionário contribui para compreender o nível de familiaridade dos alunos com temas que, muitas vezes, fazem parte do cotidiano, mas não são discutidos de forma sistematizada na escola.
Formação inicial dos grupos	Ainda durante essa etapa, é realizada uma pré-organização dos grupos de trabalho, considerando: afinidade entre os estudantes; interação em sala e as possibilidades de colaboração entre ambos. Os grupos podem ser formados com 3 a 4 integrantes, sendo posteriormente o grupo renomeado pelos próprios alunos, incentivando o senso de pertencimento e identidade coletiva.
Sensibilização e encaminhamento	Ao final da aula ou no início da aula seguinte, o professor retoma os principais pontos levantados durante a atividade e apresenta, de forma geral, o que será desenvolvido ao longo das próximas aulas. Esse momento é importante para: despertar a curiosidade dos alunos; mostrar a utilidade prática dos conteúdos e a engajar os estudantes na proposta.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Figura 10 – Ilustração da Aplicação do Questionário Diagnóstico Inicial em Ipiranga do Piauí



Fonte: Imagem gerada pelo Gemini (não condiz com a realidade), 2026.

Seção 4: Estatística

1. Você sabe o que é "Média Aritmética" (média das suas notas, por exemplo)?
 Sim, sei calcular. Sei o que é, mas não sei calcular.
 Não, não sei.
2. Você sabe o que são "Gráficos" (ex: gráficos de barras) e para que servem?
 Sim, sei interpretar e fazer. Sei interpretar, mas não sei construir.
 Não, não sei.

Seção 5: Marketing Digital

1. Você sabe o que é "Marketing Digital"?
 Sim, sei. Não, não sei.
 Tenho uma ideia, mas não sei explicar.
2. Você já viu alguma empresa de Ipiranga do Piauí usando redes sociais para vender produtos ou serviços?
 Sim, já vi. Não, nunca vi.
 Sim, já vi, mas a maioria das artes ainda são arcaicas

Seção 6: Realidade Econômica da Cidade

1. Quais são os tipos de negócios (empreendimentos) que você mais vê em Ipiranga do Piauí? (Marque quantas quiser)
 Lojas de roupas/calçados Lanchonetes/Restaurantes
 Mercados/Mercearias Farmácias
 Salões de beleza/Barbearias Oficinas (carros, motos)
 Outros (quais? _____)
2. Qual tipo de negócio (empreendimento) em Ipiranga do Piauí mais te chama a atenção ou você acha mais interessante? (Marque até 3 itens)
 Lojas de roupas Lanchonetes
 Calçados Restaurantes
 Mercados Farmácias
 Salões de beleza Barbearias
 Oficinas (carros, motos) Outro (qual? _____)

Seção 7: Identidade de Turma

1. Com quem mais você se identifica em sua turma (até 3 pessoas)?

2. Ao final deste quiz, será montado o grupo de pesquisa em sala. No momento certo, defina seu grupo, entre 3 a 4 pessoas. Ao final, nomeie-o. (Ex: Os Empreendedores).

(Cidade)-_(Estado)_,_(Data)_ de_(Mês)_ de_(Ano)_

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

3.2 ETAPA 2 – AULAS PRÉ-PESQUISA DE CAMPO

Esta etapa constitui o momento de construção dos conhecimentos matemáticos fundamentais que subsidiarão às atividades práticas da sequência

didática. As aulas devem ser conduzidas por meio de uma abordagem expositiva e dialogada, priorizando a participação ativa dos estudantes, a resolução de situações-problema e a constante relação com o cotidiano vivenciado por estes.

Figura 11 – Aplicação da Etapa 2 com os alunos ipiranguenses



Fonte: Imagem gerada pelo Gemini (não condiz com a realidade), 2026.

Por meio dessa abordagem, o professor deve assumir o papel de mediador, conduzindo discussões, propondo reflexões e orientando a construção do conhecimento de forma progressiva. Ao longo dessas aulas, devem ser trabalhados conteúdos de Educação Financeira, Matemática Financeira e Estatística, sempre articulados ao desenvolvimento das Habilidades Empreendedoras já vistas, segundo o Quadro-resumo abaixo. Em seguida, explanaremos, de forma mais profunda, a metodologia adotada por aulas.

QUADRO-RESUMO – ETAPA 2 (4 Aulas)	
Objetos da Etapa	Descritivo
Temas	<ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Aula 2</i>: “De Aprendiz a Gestor: Diagnóstico, desejos e o papel do Dinheiro”. 2) <i>Aula 3</i>: “Matemática do Dinheiro: Porcentagem, Acréscimo e Decréscimo”. 3) <i>Aula 4</i>: “O DNA do Negócio: Custo, Lucro e o Poder da Informação”. 4) <i>Aula 5</i>: “Preparação para o Campo e Decifrando os Dados”.
Temas Conceituais	<p>As aulas devem ser ministradas utilizando uma abordagem expositiva dialogada, focando nas definições e aplicações de conceitos de Educação Financeira (finanças pessoais e familiares, Poupar X Gastar X Investir), Matemática Financeira (como porcentagem, capital, juros simples, investimentos e lucro) e conceitos fundamentais de Estatística (gráficos, tabelas, medidas de centralidade). Para fixação do conteúdo, faz-se necessário propor exemplos teórico-práticos baseados em situações-problema do</p>

	cotidiano, além de atividades e discussões em grupo, estimulando a troca de conhecimentos e o protagonismo.
Preparação para a Pesquisa de Campo	<p>Neste momento, o docente deve abordar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de Anotação e Tratamento de Dados: Orientações sobre como registrar as informações coletadas, de forma organizada e de fácil interpretação; • Condução da Entrevista: Treinamento sobre como realizá-la com os empreendedores, incluindo a postura adequada e a formulação de perguntas; • Ética e Postura: Discussão sobre a importância do respeito, da discrição e da seriedade da pesquisa durante a interação com os proprietários.
Sondagem da Aprendizagem	Questionário por duplas de aulas expositivas, para ser respondida nos grupos de trabalho, seguida de devolutiva em sala de aula e discussão coletiva.
Recursos	Para o desenvolvimento das aulas teóricas e práticas pode-se utilizar, segundo planejamento, livro didático e/ou virtuais, apostilas e/ou questionários impressos, quadro de acrílico, pincel, apagador, slide para apresentação em Datashow ou quadro touch, notebook e/ou jogos didáticos.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

3.2.1 Aulas 2 e 3 – “De Aprendiz a Gestor” e a “Matemática do Dinheiro”

A aula 2, “De Aprendiz a Gestor: Diagnóstico, desejos e o papel do Dinheiro” tem como objetivo introduzir os estudantes no universo da educação financeira, partindo da realidade diagnosticada na etapa anterior. O objetivo é desenvolver a consciência sobre o uso do dinheiro, diferenciando necessidade e desejo, além de estimular o planejamento financeiro.

O professor pode iniciar a aula retomando os dados obtidos do questionário diagnóstico inicial, apresentando-os de forma simples e instigante. Esse momento deve ser conduzido como uma conversa, permitindo que os alunos reconheçam suas próprias respostas e reflitam sobre elas. A ideia é transformar os dados em um ponto de partida para discussão, iniciando, assim, o trabalho de protagonismo nos grupos.

Na sequência, o docente introduz os conceitos fundamentais da educação financeira, abordando o significado de administrar o dinheiro, o consumo consciente e a importância do planejamento. É sempre relevante utilizar exemplos próximos da realidade dos alunos, como gastos com lanche, recarga para jogos virtuais e crédito ou itens para celular, roupas ou lazer, facilitando a compreensão.

Na aula 3, “Matemática do Dinheiro: Porcentagem, Acréscimo e Decréscimo”, o objetivo é desenvolver a compreensão dos conceitos matemáticos que sustentam as decisões financeiras, especialmente porcentagem, acréscimos, descontos, lucro, montante final e juros simples.

O professor deve iniciar retomando situações do cotidiano que envolvem porcentagem, como promoções, descontos em lojas e parcelamentos. Em seguida,

realizar uma explicação dialogada sobre o conceito de porcentagem, destacando sua relação com a ideia de “parte de um todo” (conceito de razão).

É importante que o docente apresente exemplos práticos e resolva algumas situações junto com a turma, incentivando a participação dos estudantes na construção das respostas. A conversão de porcentagem para número decimal e sua aplicação em cálculos deve ser reforçada como estratégia de resolução.

Na continuidade, o professor introduz os conceitos de acréscimo e decréscimo, relacionando-os a situações reais, como aumento de preços, descontos em produtos e cálculo de lucro. Para finalizar, ele organiza e explora a ideia de Juros Simples, aplicadas a um período de tempo e taxa (diferenciando as nominais e efetivas), para os alunos e as formas de aplicação.

O conteúdo deve ser sempre contextualizado, evitando abordagens puramente mecânicas. Durante a resolução, o professor deve acompanhar as dificuldades, intervir quando necessário e incentivar os estudantes a explicarem seus raciocínios. O desenvolvimento das aulas deve-se avançar para a Dinâmica G.P.I. (Gastar, Poupar e Investir), material sugestivo este preparado para as aulas 2 e 3 (no quadro seguinte), na qual os estudantes, organizados em grupos, recebem a proposta de decidir como utilizar um valor fictício inicialmente e, depois, colocar a mão na massa em questões rápidas já explanadas em sala.

Cada grupo trabalha uma perspectiva diferente e precisa justificar suas escolhas. Essa atividade deve promover a argumentação, a tomada de decisão, a criatividade, a cooperatividade e a reflexão crítica. O professor deve circular entre os grupos, orientar as discussões e provocar questionamentos que levem os alunos a pensar nas consequências de suas escolhas. Ao final da aula (a depender do planejamento do professor), cada grupo pode apresentar suas ideias, permitindo a troca de experiências e a construção coletiva do conhecimento.

ATIVIDADE EM GRUPO - DINÂMICA G.P.I. EM AÇÃO	
Escola: _____	Série: ___º Ano do EF
Docente: _____	
Grupo de Trabalho: _____	
GRUPO 1 E 4: GASTAR	
Estratégia: Como usar R\$ 200,00 para um consumo consciente e que traga satisfação imediata (ex: comprar um tênis, ir ao cinema, ajudar em casa com algo)?	
Estratégia 1: _____	
Estratégia 2: _____	
MÃO NA MASSA	
Problema 1: Um produto de R\$ 150,00 tem 20% de desconto. Qual o preço final? _____	
Problema 2: Qual o valor de 15% de acréscimo em uma compra de R\$ 90,00? _____	
Problema 3: O custo é R\$ 200,00. Quero 40% de lucro. Qual o preço de venda? _____	
Problema 4: Calcule o Juro Simples de R\$ 1.000,00 a 2% ao mês por 3 meses. _____	

GRUPO 2 E 5: POUPAR

Estratégia: Como guardar R\$ 200,00 para um objetivo futuro de médio prazo (ex: comprar um celular novo, pagar a taxa de um curso)?

Estratégia 1: _____

Estratégia 2: _____

MÃO NA MASSA

Problema 1: Um produto de R\$ 150,00 tem 20% de desconto. Qual o preço final?

Problema 2: Qual o valor de 15% de acréscimo em uma compra de R\$ 90,00?

Problema 3: O custo é R\$ 200,00. Quero 40% de lucro. Qual o preço de venda?

Problema 4: Calcule o Juro Simples de R\$ 1.000,00 a 2% ao mês por 3 meses.

GRUPO 3 E 6: INVESTIR

Estratégia: Como multiplicar R\$ 200,00 em Ipiranga do Piauí (ex: comprar ingredientes para fazer doces e revender, comprar uma ferramenta de trabalho)?

Estratégia 1: _____

Estratégia 2: _____

MÃO NA MASSA

Problema 1: Um produto de R\$ 150,00 tem 20% de desconto. Qual o preço final?

Problema 2: Qual o valor de 15% de acréscimo em uma compra de R\$ 90,00?

Problema 3: O custo é R\$ 200,00. Quero 40% de lucro. Qual o preço de venda?

Problema 4: Calcule o Juro Simples de R\$ 1.000,00 a 2% ao mês por 3 meses.

(Cidade) -_(Estado)_,_(Data)_ de_(Mês)_ de_(Ano)_

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

3.2.2 Aula 4 e 5 – “O DNA do Negócio” e “Decifrando os dados”

Esta quarta aula, com o tema “O DNA do Negócio: Custo, Lucro e o Poder da Informação”, tem como objetivo aprofundar a compreensão sobre a relação entre custo, preço de venda e lucro, além de introduzir o uso da informação e organização destas como ferramenta para tomada de decisões. O professor deve iniciar a aula com uma pergunta provocadora, relacionada ao cotidiano dos alunos, como, por exemplo, “a diferença de preços entre produtos semelhantes”. Esse momento deve

estimular a participação e levantar hipóteses, que podem ser organizadas em quadro-resumo, segundo o planejamento do educador.

A partir das respostas obtidas, o docente introduz os conceitos de custo, preço de venda e margem de lucro, explicando como esses elementos se relacionam, e, em seguida, fala sobre o tratamento das informações e organização em gráficos e tabelas. É importante destacar que o lucro não depende apenas do preço, mas também de fatores/variáveis como custo de produção, matéria-prima e quantidade vendida.

Na sequência, desenvolve-se a atividade “O DNA do Negócio”, destacada logo abaixo. Os estudantes, organizados em grupos, recebem dados de diferentes tipos de empreendimentos e precisam calcular o custo, definir o preço de venda e analisar o lucro. Além dos cálculos, devem justificar suas decisões, considerando aspectos como concorrência e viabilidade.

O professor deve orientar os grupos, auxiliar nos cálculos e incentivar o debate entre as equipes. A apresentação das decisões de cada grupo é um momento importante, pois permite comparar estratégias e refletir sobre diferentes formas de pensar o negócio.

ATIVIDADE EM GRUPO – O DNA DO NEGÓCIO

Escola: _____ Série: ___º Ano do EF

Docente: _____

Grupo de Trabalho: _____

QUESTÃO 1:

Agora é hora de colocar o DNA do seu negócio para funcionar. Cada grupo vai simular um tipo de empreendimento e analisar o custo total, o preço de venda e a margem de lucro do produto principal.

Tipo de Negócio	Produto	Custo Total de Produção (por unidade)	Preço de Venda Sugerido
Lanchonete	Bowl natural	R\$ 9,00	R\$ 15,00
Loja de Roupas	Camiseta customizada	R\$ 12,00	R\$ 18,00
Confeitaria	Bolo de pote	R\$ 8,00	R\$ 13,00
Artesanato	Chaveiro decorado	R\$ 5,00	R\$ 9,00
Produtos de Limpeza	Detergente ecológico (500 ml)	R\$ 4,00	R\$ 7,00
Serviços de Beleza	Escova simples	R\$ 10,00	R\$ 16,00

a) Calcule o lucro por unidade de cada produto: ($Preço\ de\ Venda - Custo\ Total = Lucro$)

b) Calcule a margem de lucro (%): ($Margem\ de\ Lucro = (Lucro \div Custo\ Total) \times 100$)

c) Analise e responda:

O preço de venda é justo para o cliente e para o vendedor?

Qual produto parece ser o mais vantajoso?

Se o custo aumentasse R\$ 2,00, o preço de venda precisaria mudar? Por quê?

QUESTÃO 2:

Dois grupos estão vendendo pastéis na feira escolar:

Grupo	Quantidade vendida	Preço por unidade	Custo por unidade
Grupo A	10 pastéis	R\$ 6,00	R\$ 3,00
Grupo B	15 pastéis	R\$ 5,00	R\$ 2,50

a) Calcule o lucro total de cada grupo.

b) Quem lucrou mais? _____

c) Observe e explique: o grupo que cobrou mais caro teve o maior lucro? O que isso mostra sobre a relação entre preço, quantidade vendida e lucro total?

QUESTÃO 3:

Agora, cada grupo vai realizar uma pesquisa simples com até 6 colegas da turma. Escolham um dos temas abaixo:

- Gastos com lanche;
- Gastos com internet ou crédito de celular;
- Gastos com jogos e aplicativos;
- Gastos com aparência e cuidados pessoais;
- Gastos com lazer e diversão;
- Gastos com material escolar ou impressões.

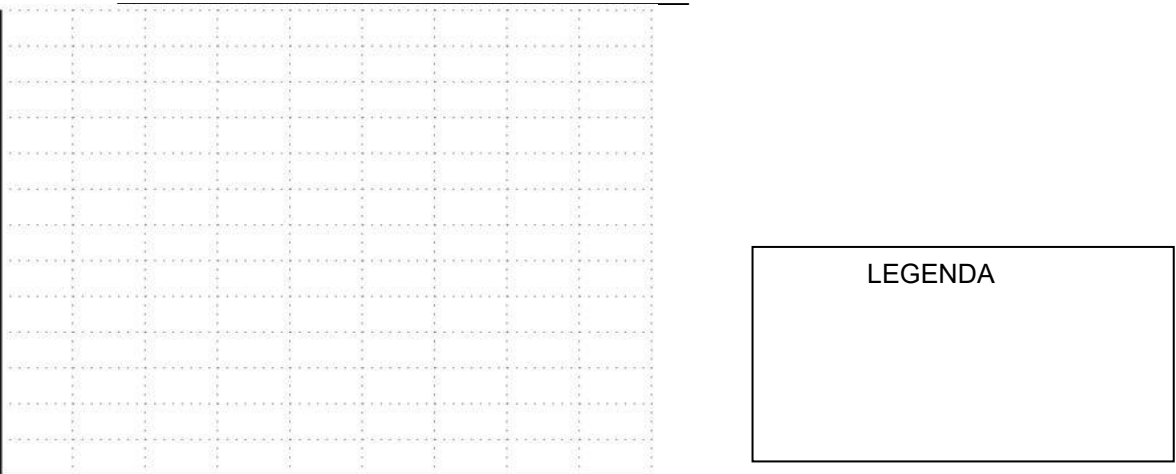
a) Monte uma tabela de frequência, organizando as respostas em intervalos, por exemplo: R\$ 0-10, 10-20, 20-30, 30-mais.

TEMA:		
Intervalo	Quantidade	Objeto de Gasto

b) Some todos os valores informados e divida pelo número de entrevistados para encontrar a média aritmética dos gastos.

c) Construa um gráfico de barras colorido mostrando a distribuição dos gastos dos colegas.

TÍTULO: _____



LEGENDA

d) Escreva uma análise breve sobre o que o gráfico revela:
 A maioria gasta mais ou menos?

 Há equilíbrio entre os valores?

 O que isso mostra sobre o comportamento financeiro da turma?

(Cidade) - _(Estado)_, _(Data)_ de _(Mês)_ de _(Ano)_

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Na aula 5, intitulada “Preparação para o Campo e Decifrando os Dados”, o professor deve estimular a continuação e conclusão da atividade e, em seguida, realizar um momento de diálogo sobre a etapa seguinte. Esta aula tem, entre outros objetivos, preparar os estudantes para a pesquisa de campo, desenvolvendo habilidades de coleta, organização e análise de dados, além de orientar sobre postura e ética durante a investigação.

O professor deve realizar uma explicação sobre a importância da pesquisa e como ela será realizada. Em seguida, a depender das aulas e planejamento do docente, deve promover uma simulação de entrevista, na qual os alunos assumem os papéis de pesquisador e empreendedor, praticando a comunicação e a organização das informações.

Durante essa simulação, é fundamental orientar os estudantes sobre como se apresentar, como fazer perguntas claras, como ouvir atentamente e como registrar os dados. Também deve ser enfatizada a importância da postura ética, do respeito e da responsabilidade. Na continuidade, o docente trabalha conceitos básicos de estatística, como medidas de tendência central e outros tipos de gráficos. Também podem ser realizadas de forma rápida, segundo planejamento, pequenas atividades de coleta de dados dentro da própria sala, permitindo que os estudantes pratiquem a organização e análise das informações antes de irem a campo.

3.3 ETAPA 3 – PESQUISA DE CAMPO, COM EMPREENDEDORES

A terceira etapa da sequência didática corresponde ao momento de aproximação dos estudantes com a realidade econômica local, por meio da realização da pesquisa de campo nos arranjos produtivos locais de Ipiranga do Piauí. Essa etapa possui grande relevância dentro da proposta, pois permite que os alunos observem, na prática, conceitos trabalhados anteriormente, estabelecendo relações entre teoria e realidade, conectando estes as pessoas que estão em seu cotidiano.

A pesquisa de campo foi desenvolvida com os 19 estudantes participantes, organizados em 6 grupos, sendo um grupo com 4 integrantes e os demais compostos por apenas 3. O quantitativo de discentes e empresários dependerá do planejamento do professor, bem como ao quantitativo de alunos devidamente matriculados. Os grupos visitaram 6 empreendimentos locais previamente selecionados, pertencentes a três diferentes ramos empresariais, escolhidos a partir do Questionário Diagnóstico Inicial e de votação aberta realizada com a turma.

Antes da realização das visitas, o professor deve realizar toda a organização prévia da atividade. Esse momento envolve a seleção dos empreendimentos, o contato com os proprietários, a apresentação da proposta da pesquisa e sua autorização, esclarecendo seus objetivos e preparando os empreendedores para recepcionar os estudantes. Essa estratégia favorece o engajamento da turma e fortalece a conexão entre os conteúdos escolares e o cotidiano.

Figura 12 – Ilustração da Pesquisa aos Empreendedores, com os alunos ipiranguenses



Fonte: Imagem gerada pelo Gemini (não condiz com a realidade), 2026.

O tempo médio da entrevista gira em torno de 20 minutos, a depender do diálogo e abertura dos líderes para responder tais questionamentos. Dessa forma, as Aulas 6 e 7 devem ficar devidamente destinadas para a realização da pesquisa de campo, devendo o professor alinhar-se a coordenação pedagógica escolar para o

planejamento, o manejo e a orientação de todos os grupos, a depender da realidade de cada instituição de ensino. Também é importante organizar previamente questões logísticas, como transporte e definição dos horários das visitas.

A presença do professor durante a atividade é fundamental para orientar e dar segurança os alunos quanto à formulação adequada das perguntas, à escuta atenta e ao respeito durante a interação com os empreendedores. Ao longo das visitas, eles devem realizar anotações, observações e registros sobre os empreendimentos, buscando compreender como conceitos de matemática financeira, organização financeira, investimentos e estratégias de venda estão presentes no funcionamento real dos negócios locais.

Essa etapa deve, também, favorecer diretamente o desenvolvimento das Habilidades Empreendedoras (HE), especialmente aquelas relacionadas à tomada de decisão, planejamento, comunicação e análise de informações. Além disso, deve promover o protagonismo estudantil, permitindo que os alunos assumam papel ativo no processo de investigação e construção do conhecimento, como mostra o quadro-resumo desta etapa, a seguir, conforme planejamento do autor.

QUADRO-RESUMO – ETAPA 3 (2 Aulas)	
Objetos da Etapa	Descritivo
Organização Prévia	O pesquisador, após a escolha dos três ramos de empreendimentos, deve fazer a seleção destes na zona urbana, marcar reunião com os gerentes de forma a esclarecer o objetivo da pesquisa e prepará-los para receber os alunos.
Organização dos Grupos	Os alunos devem ser organizados em grupos de 3 a 4 integrantes, conforme o número total de participantes envolvidos na pesquisa e pré-selecionados na Etapa 1. Para visita, teremos 6 empresas diferentes a disposição, 2 a 2 com mesmo ramo. Noutras palavras, E1 e E2 ramo A; E3 e E4 ramo B; E5 e E6 ramo C. Os 6 grupos de alunos devem fazer visitas a estes ramos, após sorteio prévio em sala, acompanhados do professor responsável/colaborador escolar devidamente instruído e transporte escolar agendado.
Acompanhamento e Orientação	Cada grupo será acompanhado pelo professor/colaborador escolar devidamente instruído, cujo papel fundamental deve ser auxiliar os alunos na formulação correta das perguntas e em estabelecer uma relação de confiança com os empreendedores.
Coleta de Dados	A coleta deve ser realizada por meio de entrevistas presenciais. As perguntas impressas seguirão o detalhamento do Roteiro de Entrevista Semiestruturada e Ficha de Observação (quadro da página seguinte) focando em questões objetivas, mas com espaço reservado para registro de informações adicionais ou observações relevantes por parte dos alunos e do acompanhante.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

O professor deve explicar detalhadamente cada parte do Roteiro de Entrevista Semiestruturada e da Ficha de Observação, apresentado a seguir, esclarecendo como formular as perguntas, como registrar as respostas e como observar aspectos

relevantes do empreendimento, através de cada item. As entrevistas devem ser organizadas para investigar informações relacionadas:

- I. ao tempo de existência do empreendimento;
- II. à experiência do proprietário ou gerente;
- III. aos produtos mais vendidos;
- IV. aos preços praticados e margem de lucro;
- V. às estratégias utilizadas para atrair clientes;
- VI. ao uso das redes sociais e do marketing digital;
- VII. aos aspectos estruturais e organizacionais do ambiente.

ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA E FICHA DE OBSERVAÇÃO

Escola: _____ Série: ___º Ano do EF

Docente: _____

Grupo de Trabalho: _____

Parte A: Roteiro de Entrevista Semiestruturada
(para ser preenchido pelos alunos, guiando a conversa)

I. Dados de Identificação do Empreendimento:

Nome do Empreendimento: _____

Nome do(a) Gestor(a): _____

1. Tipo de Empreendimento: (Marque a opção principal ou especifique, se necessário)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Loja de Roupas/Calçados | <input type="checkbox"/> Lanchonete/Restaurante |
| <input type="checkbox"/> Mercado/Mercadoria | <input type="checkbox"/> Farmácia |
| <input type="checkbox"/> Salão de Beleza/Barbearia | <input type="checkbox"/> Oficina (carros, motos, etc.) |
| <input type="checkbox"/> Outro: _____ | |

2. Há quanto tempo o negócio existe em Ipiranga do Piauí?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Menos de 1 ano | <input type="checkbox"/> De 1 a 5 anos |
| <input type="checkbox"/> De 6 a 10 anos | <input type="checkbox"/> Mais de 10 anos |

II. Gestão e Operação do Negócio:

1. Quais são os três produtos ou serviços mais vendidos no seu empreendimento?

Produto/Serviço 1: _____

Produto/Serviço 2: _____

Produto/Serviço 3: _____

2. Qual o preço de venda deles?

Produto/Serviço 1: _____

Produto/Serviço 2: _____

Produto/Serviço 3: _____

3. Para esses produtos/serviços mais vendidos, como você define o preço de venda?

4. De forma geral, qual o custo estimado de cada produto/serviço? Poderia destacar algum?

Produto/Serviço 1: _____

Produto/Serviço 2: _____

Produto/Serviço 3: _____

5. Você consegue identificar o lucro estimado nesses produtos/serviços mais vendidos?

(Cálculo: Preço de Venda (R\$) - Custo Estimado (R\$) = Lucro Estimada (R\$))

Produto/Serviço 1: _____

Produto/Serviço 2: _____

Produto/Serviço 3: _____

6. Quais são os principais desafios que você enfrenta para manter seu negócio funcionando em Ipiranga?

7. Existe alguma estratégia ou "segredo" que você usa para atrair e manter seus clientes?

III. Marketing e Divulgação:

1. Como você divulga o seu negócio e seus produtos/serviços aqui em Ipiranga do Piauí?

2. Você utiliza alguma rede social para se comunicar com os clientes ou fazer vendas?

() Sim, qual(is)? _____ () Não.

Se sim: Você acha que isso ajuda a vender mais? Como?

Parte B: Ficha de Observação do Empreendimento (para ser preenchido pelos alunos, com o auxílio do acompanhante)

Aparência Geral do Local: (Ex: organizado, limpo, atraente, simples)

Movimento de Clientes: (Ex: muito movimento, pouco movimento, tranquilo)

Atendimento: (Ex: simpático, atencioso, rápido, padrão)

Exposição de Produtos/Serviços: (Ex: bem visível, organizado, poucos produtos)

: _____

Tecnologia Usada: (Ex: maquininha de cartão, computador para controle, etc.)

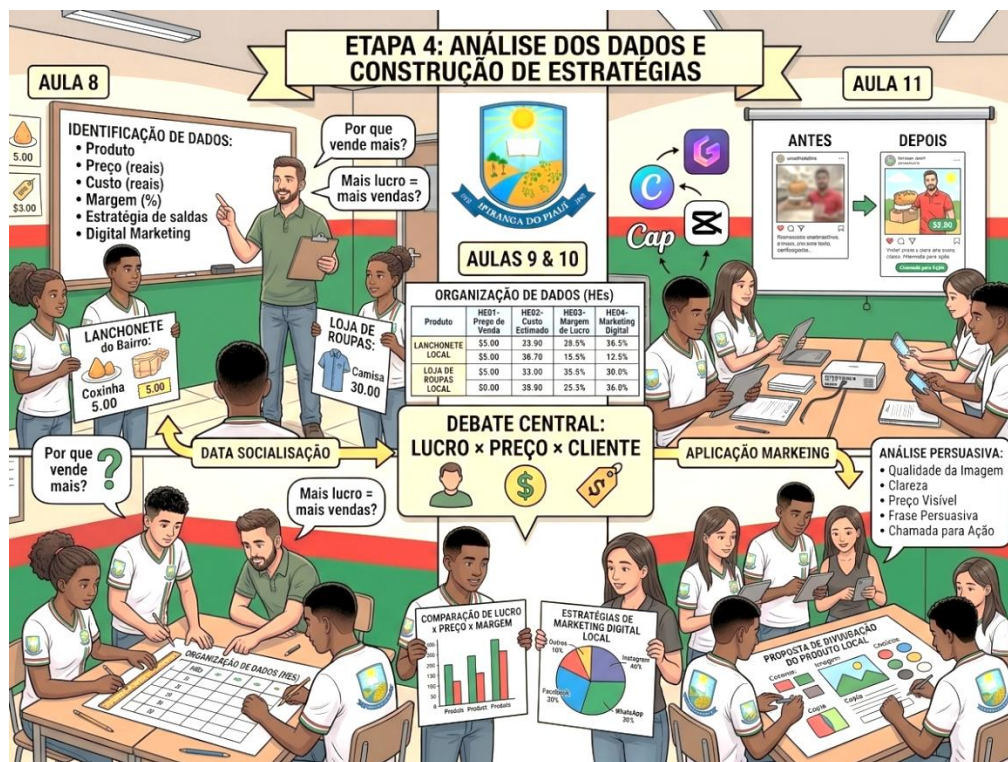
(Cidade) - _(Estado)_, _(Data)_ de _(Mês)_ de _(Ano)_

Ao final da pesquisa de campo, os grupos devem retornar à escola com os dados coletados organizados, que serão posteriormente utilizados nas etapas de análise, interpretação e elaboração de estratégias. Dessa forma, a pesquisa de campo deixa de ser apenas uma atividade externa e passa a se constituir como parte essencial do processo de ensino-aprendizagem, conectando escola, comunidade e realidade econômica local/regional.

3.4 ETAPA 4 – AULAS PÓS-PESQUISA DE CAMPO

Após a realização da pesquisa de campo, os estudantes devem retornar à sala de aula para mais uma das etapas da sequência didática: a organização, a interpretação e a análise dos dados coletados nos empreendimentos locais. Esse momento representa o alinhamento entre teoria e prática, permitindo que os alunos compreendam como a matemática, a estatística e o empreendedorismo estão diretamente ligados à realidade econômica observada durante as visitas.

Figura 13 – Ilustração da Etapa de Análise de Dados em Sala de Aula



As 4 aulas desta etapa têm como principal objetivo transformar as informações coletadas em conhecimento descritivo, desenvolvendo nos estudantes a capacidade de analisar dados, interpretar situações financeiras e construir estratégias relacionadas à precificação, lucro e marketing digital, alinhadas as 4 HE citadas no início deste capítulo. No quadro-resumo abaixo, temos uma orientação de planejamento desta etapa, seguido de um estudo mais profundo nos subtópicos seguintes.

QUADRO-RESUMO – ETAPA 4 (4 Aulas)

Objetos da Etapa	Descritivo																						
Temas	1. <i>Aula 8</i> : “Análise estatística e organização dos dados”; 2. <i>Aulas 9 e 10</i> : “Construção e Análise de Tabelas e Gráficos”; 3. <i>Aula 11</i> : “Marketing Digital na prática”.																						
Orientação para Aula 8	Cada grupo deve apresentar os dados brutos coletados nos empreendimentos. Em seguida, deve haver uma discussão coletiva sobre os dados, de tal forma que os alunos compreendam como visualizar as informações, além de fazer a comparação entre os valores encontrados para os empreendimentos de mesmo ramo, suas prioridades e consumo.																						
Orientações para Aulas 9 e 10	<p>Cada grupo deve responsabilizar-se por construir tabelas e gráficos a partir das informações coletadas em campo. Inicialmente, a construção pode ser feita utilizando papel, lápis e caneta para rascunho, incentivando a compreensão manual do processo. Com base no Roteiro de Entrevista Semiestruturada e Ficha de Observação, utilizada na etapa anterior, os alunos devem organizar os dados em tabelas simples, seguindo as 4 HE, com colunas para "Empreendimento (Nome fictício)", "Produtos principais", "Custo estimado (R\$)", "Margem de lucro (%)", "Preço de venda (R\$)" e "Estratégia de Venda Virtual", como mostra a tabela a seguir. A "Margem de Lucro Estimada" deve ser calculada pelos alunos, confirme visto nas aulas da Etapa 2.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Nome Fictício</th> <th style="text-align: center;">Produtos Principais</th> <th style="text-align: center;">Preço de Venda, em R\$ (HE01)</th> <th style="text-align: center;">Custo Estimado, em R\$ (HE02)</th> <th style="text-align: center;">Margem de Lucro, em % (HE03)</th> <th style="text-align: center;">Estratégia de Venda Virtual (HE04)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Lanchonete Boa Vista</td> <td style="text-align: center;">Brigadeiro Gourmet</td> <td style="text-align: center;">3,50</td> <td style="text-align: center;">1,50</td> <td style="text-align: center;">2,00</td> <td style="text-align: center;">Instagram (Fotos e Reels)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Boneca de Pano</td> <td style="text-align: center;">50,00</td> <td style="text-align: center;">20,00</td> <td style="text-align: center;">30,00</td> <td style="text-align: center;">WhatsApp (Catálogo e Pedidos)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Pastel de Carne</td> <td style="text-align: center;">6,00</td> <td style="text-align: center;">2,50</td> <td style="text-align: center;">3,50</td> <td style="text-align: center;">Facebook (Promoções Locais)</td> </tr> </tbody> </table> <p>A partir das tabelas, os alunos devem se reunir e criar gráficos de barras para comparar preços de venda e margens de lucro. Os gráficos de setores devem ser utilizados para representar a proporção de empreendimentos que utilizam cada estratégia de marketing. A construção dos gráficos poderá ser feita manualmente (em papel milimetrado, com foco na correta utilização de eixos, escalas e legendas) ou por meio de ferramentas digitais, dependendo dos recursos disponíveis. A discussão central deve ser sempre pautada na relação entre LUCRO FINAL X PREÇO MAIS</p>	Nome Fictício	Produtos Principais	Preço de Venda, em R\$ (HE01)	Custo Estimado, em R\$ (HE02)	Margem de Lucro, em % (HE03)	Estratégia de Venda Virtual (HE04)	Lanchonete Boa Vista	Brigadeiro Gourmet	3,50	1,50	2,00	Instagram (Fotos e Reels)	Boneca de Pano	50,00	20,00	30,00	WhatsApp (Catálogo e Pedidos)	Pastel de Carne	6,00	2,50	3,50	Facebook (Promoções Locais)
Nome Fictício	Produtos Principais	Preço de Venda, em R\$ (HE01)	Custo Estimado, em R\$ (HE02)	Margem de Lucro, em % (HE03)	Estratégia de Venda Virtual (HE04)																		
Lanchonete Boa Vista	Brigadeiro Gourmet	3,50	1,50	2,00	Instagram (Fotos e Reels)																		
	Boneca de Pano	50,00	20,00	30,00	WhatsApp (Catálogo e Pedidos)																		
	Pastel de Carne	6,00	2,50	3,50	Facebook (Promoções Locais)																		

	BARATO X SEGURAR O CLIENTE, explorando como essas variáveis interagem na obtenção do desenvolvimento das empresas e do mercado.
Orientação para Aula 11	Esta aula deve ser dedicada à exploração das principais estratégias de marketing digital básico. Serão abordados temas como o uso de aplicativos e sites de designs gratuitos para criação de materiais visuais atrativos, além da discussão da importância de textos e imagens persuasivas e técnicas de publicidade, como forma a atrair, trazer e fixar o cliente em empreendimentos. Num momento em que a rede social atrai cada vez mais pessoas com tais conteúdos, esta aula, do mesmo modo, deve munir os alunos com ferramentas iniciais para a fase de planejamento das estratégias de venda (Ex: <i>Canva</i> , <i>Gamma</i> e <i>CapCut</i>).
Sondagem da Aprendizagem	Deve ser realizada com base em roteiro-atividade para organização de dados e discussão coletiva, para ser respondida em grupo, seguido de devolutiva em sala de aula, além de observação da interação destes.
Recursos	Para o desenvolvimento das aulas pode-se utilizar, segundo planejamento, livro didático e/ou virtual, apostilas e questionários impressos, régua, lápis colorido, quadro de acrílico, pincel, apagador, Datashow ou quadro touch (para apresentação de slides e busca de navegadores, além de app's e sites projetados para design), notebook e/ou jogos didáticos.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

3.4.1 Aula 8 – “Análise estatística e organização dos dados”

Cada grupo deve apresentar, na execução da aula 8, os dados coletados no empreendimento visitado, compartilhando experiências, curiosidades e aspectos observados durante as entrevistas. O professor deve conduzir esse momento como uma grande discussão coletiva, incentivando os estudantes a compararem as informações encontradas nos diferentes empreendimentos.

A ideia principal não é apenas apresentar números, mas compreender o significado desses dados dentro da realidade econômica da cidade. Durante a aula, os alunos são orientados a identificar: os produtos mais vendidos; os preços praticados; os custos estimados; as margens de lucro; as estratégias de vendas utilizadas pelos empreendedores; e o uso das redes sociais e do marketing digital.

O material de apoio deve propor reflexões importantes sobre lucro, risco e estratégias de venda, incentivando os estudantes a analisarem quais empreendimentos buscam maior margem de lucro e quais estratégias conseguem maior alcance junto aos clientes.

Nesse momento, o professor deve estimular constantemente a argumentação dos grupos, fazendo perguntas como: “Por que determinado produto vende mais?”; “O lucro maior significa necessariamente mais vendas?”; e “O que faz um cliente escolher uma empresa?”.

Essas discussões favorecem o desenvolvimento do pensamento crítico e ajudam os estudantes a perceberem que os números possuem relação direta com o comportamento, o consumo e a tomada de decisões. Também é nessa aula que os alunos devem começar a organizar os dados coletados para as próximas atividades,

separando informações importantes e identificando padrões observados entre os empreendimentos pesquisados.

3.4.2 Aulas 9 e 10 – “Construção e análise de tabelas e gráficos”

Essas 2 aulas são dedicadas à organização visual das informações obtidas durante a pesquisa de campo. O objetivo principal é fazer com que os estudantes compreendam como a estatística pode transformar números em informações claras e interpretáveis. Inicialmente, os grupos organizam manualmente os dados coletados em tabelas simples, utilizando papel, lápis e régua. Essa etapa manual é importante porque permite aos alunos compreenderem a lógica da organização estatística antes da utilização de ferramentas digitais.

As tabelas construídas pelos estudantes seguem diretamente as 4 HE desenvolvidas ao longo da pesquisa. O professor deve orientar os estudantes na construção correta das tabelas, explicando como organizar colunas, comparar informações e calcular a margem de lucro dos produtos, conforme os exemplos destacados no material de apoio, apresentado no quadro no final desta página.

Após a construção das tabelas, inicia-se a elaboração dos gráficos. Os estudantes são orientados a construir gráficos de barras para comparar preços, custos e margens de lucro, além de gráficos de setores para representar as principais estratégias de vendas digitais utilizadas pelos empreendimentos. O professor deve aproveitar esse momento para reforçar conceitos estatísticos importantes, como: leitura e interpretação de gráficos; frequência de dados; comparação de valores; e análise visual de informações.

Mais do que construir gráficos, os estudantes são incentivados a interpretar os resultados encontrados. O principal debate da aula gira em torno da relação entre: LUCRO × PREÇO × CLIENTE. A partir dessa discussão, os alunos devem refletir sobre questões importantes do empreendedorismo, como: “vender muito com lucro menor”; “vender menos com lucro maior”; “fidelização de clientes”; “competitividade de mercado”; e “impacto das estratégias digitais nas vendas”.

Esse momento torna a aprendizagem ainda mais empolgante, pois os estudantes deixam de trabalhar apenas cálculos abstratos e passam a analisar situações reais observadas em sua própria cidade. Além disso, as atividades favorecem diretamente o desenvolvimento das habilidades de análise, argumentação, tomada de decisão e interpretação de dados. Segue a demonstração do formulário de registro da avaliação das análises.

ATIVIDADE EM GRUPO – DISCUSSÃO SOBRE OS DADOS OBTIDOS NOS EMPREENDIMENTOS	
Escola: _____.	Série: ___º Ano do EF
Docente: _____.	
Aluno(a): _____.	
LEMBRETE: As 4 HE adequadas a turma, a serem conquistadas são:	

- HE01: Fixar o preço de venda, em reais, dos produtos;*
HE02: Calcular, em reais, o custo estimado dos produtos;
HE03: Avaliar e aplicar a melhor margem de lucro estimada, em porcentagem;
HE04: Desenvolver a melhor estratégia de venda digital e publicidade do produto.

COMPARATIVO DA PESQUISA

- 1) Qual o tipo de empreendimento visitado?

- 2) O que você achou mais interessante sobre as respostas do questionário da pesquisa?

- 3) Quem arrisca mais para lucrar? Vamos calcular a margem de lucro dos 3 produtos.
[Obs.: Margem de Lucro (%) = (Lucro ÷ Custo Total) × 100]

- 4) Qual a moda, ou seja, a estratégia de venda mais usada entre as empresas?

CONSTRUÇÃO DE GRÁFICOS E TABELAS

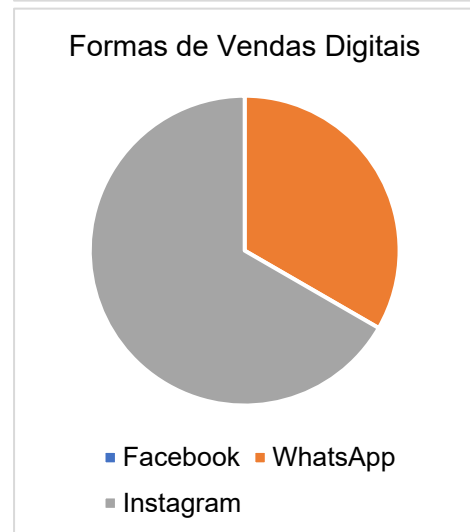
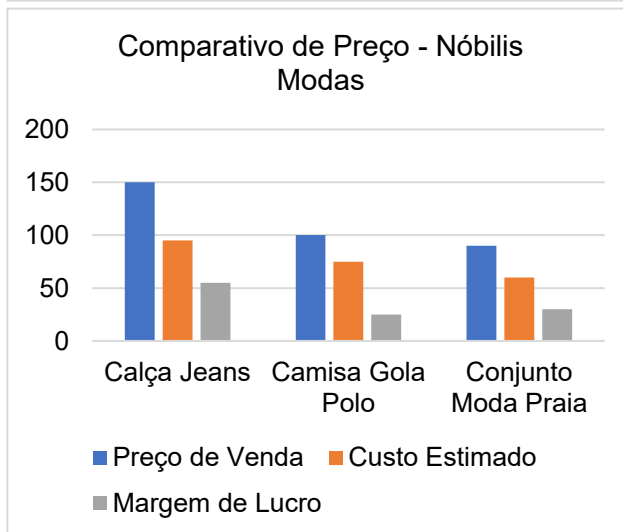
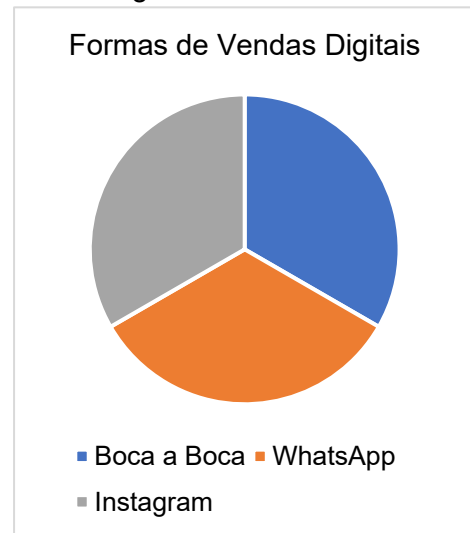
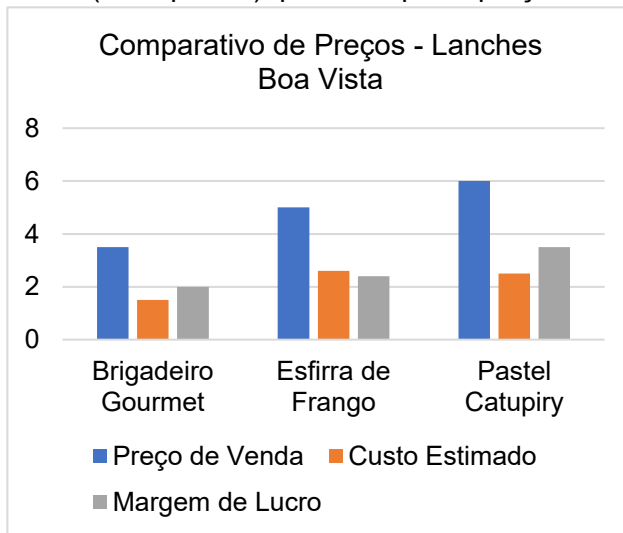
O nosso trabalho agora é transformar esses números em gráficos para que até quem não sabe matemática entenda o que descobrimos. Essa ação implicará diretamente nas 4 HE em estudo. Veja o exemplo e depois faça o comparativo de sua empresa.

Nome Fictício	Produtos Principais	Preço de Venda, em R\$ (HE01)	Custo Estimado, em R\$ (HE02)	Margem de Lucro, em % (HE03)	Estratégia de Venda Virtual (HE04)
E1 – Lanches Boa Vista	Brigadeiro Gourmet	3,50	1,50	2,00	<i>Instagram (Fotos e Reels)</i>
	Esfirra de Frango	5,00	2,60	2,40	<i>WhatsApp (Catálogo e Pedidos)</i>
	Pastel Catupiry	6,00	2,50	3,50	Boca a Boca (Promoções Locais)

Nome Fictício	Produtos Principais	Preço de Venda, em R\$ (HE01)	Custo Estimado, em R\$ (HE02)	Margem de Lucro, em % (HE03)	Estratégia de Venda Virtual (HE04)
E2 – Nóbilis Modas	Calça Jeans	150,00	95,00	55,00	<i>Instagram (Fotos e Reels)</i>
	Camisa Gola Polo	100,00	75,00	25,00	<i>WhatsApp (Catálogo e Pedidos)</i>

	Conjunto Moda Praia (Camisa + Short)	90,00	60,00	30,00	Instagram (Fotos e Reels)
--	--------------------------------------	-------	-------	-------	---------------------------

Agora que construímos nossa tabela e debatemos os resultados, chegou a hora de transformar os dados em gráfico. Para isso, vamos construir gráficos de barras, e/ou gráfico de setor (caso prefira), para comparar preços de venda e margens de lucro.



A partir da tabela ficou mais fácil de visualizar acerca de LUCRO X PREÇO X CLIENTE. Vimos que a Lanches Boa Vista tem uma margem de lucro, em R\$, menor que a Nóbilis Modas, mas o produto da lanchonete vende mais rápido. O que é melhor: vender muito, com pouco lucro, por item ou vender pouco, com muito lucro, por item? E o equilíbrio?

Agora chegou a sua vez, seguindo o exemplo acima, faça o estudo dos principais produtos vistos em seus empreendimentos visitados. Utilize lápis, caneta, régua, lápis de cor e transferidor para construir os gráficos.

Produtos mais vendidos no empreendimento _____

Nome Fictício	Produtos Principais	Preço de Venda, em R\$ (HE01)	Custo Estimado, em R\$ (HE02)	Margem de Lucro, em % (HE03)	Estratégia de Venda Virtual (HE04)

Agora, vamos construir o gráfico de barras e o gráfico de setor, para comparar preços de venda e margens de lucro e, em seguida, visualizar a frequência de uso de diferentes estratégias de vendas.



COMO USAR AS REDES SOCIAIS AO NOSSO FAVOR?

Na sua opinião, qual a melhor estratégia para a empresa pesquisada conseguir mais público e vendas, usando o marketing e as redes sociais?

(Cidade) -_(Estado)_,_(Data)_ de_(Mês)_ de_(Ano)_

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

A última aula desta etapa representa o momento em que os estudantes passam a compreender como o marketing digital influencia diretamente nas vendas, na divulgação e na construção da imagem de um empreendimento.

A aula deve-se iniciar com uma apresentação dialogada sobre o conceito de marketing digital e sua importância no cenário atual. O professor deve começar questionando os alunos sobre quais empresas locais utilizam redes sociais e quais tipos de publicações mais chamam atenção destes. Ao longo da aula, devem ser discutidas as diferenças entre estratégias tradicionais de divulgação e o uso das redes sociais como ferramenta de vendas.

O material a ser planejado deve destacar como o marketing digital possibilita maior alcance, menor custo e maior interação com os clientes locais e regionais. Um ponto importante desta aula deve ser a análise das estratégias observadas durante a pesquisa de campo. Os estudantes devem discutir como os empreendimentos locais utilizam, por exemplo, o WhatsApp e o Instagram, identificando pontos positivos e limitações das publicações encontradas.

O professor também deve trabalhar com os alunos, a diferença entre materiais visuais pouco atrativos e as produções mais persuasivas, discutindo aspectos como: qualidade da imagem; organização visual; clareza das informações; destaque do preço; uso de frases persuasivas; e chamada para ação.

Outro momento importante da aula deve ser o mergulho, através de apresentação/projeção, em ferramentas gratuitas de criação de conteúdo digital, como *Canva*, *Gamma* e *CapCut*. O objetivo não é aprofundar tecnicamente o uso dessas plataformas, mas mostrar aos estudantes possibilidades simples de produção visual que serão úteis para criação e apresentação de suas empresas fictícias na “Feirinha”.

Na parte prática da aula, os grupos são convidados a criar uma proposta inicial de divulgação para um dos produtos observados durante a pesquisa. Os estudantes devem discutir cores, imagens, textos e estratégias de comunicação, justificando, em seguida, suas escolhas perante a turma.

Essa atividade deve promover a criatividade, a argumentação, o protagonismo e o planejamento estratégico, além de fortalecer diretamente a HE04, relacionada ao desenvolvimento de estratégias de marketing digital. Ao final da etapa, os alunos já devem possuir as informações organizadas, análises estruturadas e ideias iniciais de divulgação, preparando-se para a etapa seguinte.

3.5 ETAPA 5 – PREPARAÇÃO E CULMINÂNCIA DA “FEIRINHA”

A quinta etapa da sequência didática, composta por 5 aulas, corresponde ao momento de culminância prática das atividades desenvolvidas ao longo da pesquisa. Nessa fase, os estudantes são desafiados a transformar os conhecimentos construídos, durante as etapas anteriores, em apresentações, estratégias de venda e demonstrações públicas, por meio da realização de uma “Feirinha” em sala de aula.

Além de consolidar conteúdos relacionados à Matemática Financeira, Educação Financeira, Estatística e Marketing Digital, essa etapa favorece o protagonismo juvenil, o trabalho cooperativo, a criatividade e a capacidade de comunicação dos estudantes. Trata-se de um momento em que os alunos deixam de atuar apenas como pesquisadores e passam a assumir o papel de gestores e vendedores de seus próprios empreendimentos fictícios.

Figura 14 – Realização da “Feirinha” empreendedora com os alunos, em sala de aula



Fonte: Imagem gerada pelo Gemini (não condiz com a realidade), 2026.

3.5.1 Aulas 12, 13 e 14 – “Preparação, planejamento e construção dos materiais”

As três primeiras aulas desta etapa são destinadas à organização dos grupos e à produção dos materiais necessários para a apresentação pública.

Inicialmente, cada grupo deve revisitar os dados coletados durante a pesquisa de campo e as análises realizadas na etapa anterior. A partir dessas informações, os estudantes devem abordar os três produtos mais vendidos observados no empreendimento pesquisado, que serão utilizados como base para a construção do empreendimento fictício por eles. O professor deve orientar os grupos para que utilizem os dados reais observados na pesquisa como referência, com base nas 4 HE, para: definição do preço de venda; cálculo do custo estimado; análise da margem de lucro; e a escolha da melhor estratégia de marketing digital.

Durante as aulas, os estudantes são incentivados a criar: nome fictício do empreendimento; logomarca; identidade visual; cartazes ou panfletos; tabelas e gráficos; estratégias de divulgação e apresentação. O professor deve estimular a criatividade dos grupos, mas sempre reforçando a relação entre estética, persuasão e estratégia de vendas.

As aulas podem ser conduzidas em formato de oficina, permitindo que os grupos trabalhem simultaneamente na elaboração dos materiais. Outro aspecto importante destas é a preparação das falas e ensaios das apresentações. Os estudantes devem organizar quem ficará responsável pela explicação dos gráficos, pela apresentação dos produtos e pela abordagem ao público.

O professor também pode promover pequenos momentos de simulação de vendas dentro da própria sala, incentivando os alunos a praticarem argumentação, persuasão e atendimento ao cliente. Além disso, é importante reforçar constantemente o principal debate da proposta: Lucro × Preço × Cliente. Os grupos precisam compreender que nem sempre o maior lucro significa a melhor estratégia, sendo necessário encontrar equilíbrio entre valor, atratividade e fidelização do cliente.

Para a construção dos materiais, podem ser utilizados recursos como cartolina; materiais impressos; lápis coloridos e grafite; régua; transferidor; canetas e pincéis; celulares, tablets e aplicativos gratuitos de design, permitindo que os estudantes integrem recursos manuais e digitais na construção da apresentação. O Quadro-resumo abaixo mostra o planejamento desenvolvido pelo autor.

QUADRO-RESUMO – ETAPA 5 – Parte 1 (3 Aulas)	
Objetos da Etapa	Descritivo
Preparação e Organização	Durante as três aulas dedicadas à preparação (Aulas 12, 13 e 14), os grupos de alunos devem ser responsáveis pela confecção de materiais de exposição, como cartazes, folhetos e/ou outros elementos visuais que apoiem a apresentação de seus empreendimentos fictícios, além de criação de nome, logomarca e padrão (segundo o ramo de negócio que cada grupo visitou na pesquisa de campo). Devem ser realizados ensaios prévios para que os alunos preparem suas falas, definam papéis e organizem detalhes, como vestuário e os produtos (amostras).
Foco do Ciclo	Desenvolver a capacidade de persuasão, equilibrando a busca por lucro, com a necessidade de manter a atratividade para o cliente, além da leitura de tabelas oriundas das HE. A escolha dos três produtos mais vendidos (identificados na Etapa 4) deve ser o centro desta demonstração, a ser avaliada por uma banca formada por professores da própria escola.
Recursos	Para o desenvolvimento das aulas pode-se utilizar, segundo planejamento, cartolina; materiais impressos; lápis coloridos e grafite; régua; transferidor; canetas e pincéis; celulares, tablets e aplicativos gratuitos de design, dentre outros elementos que possam ajudar durante a apresentação.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

3.5.2 Aulas 15 e 16 – Realização da “Feirinha” em Sala de Aula

As 2 últimas aulas desta etapa correspondem à realização da “Feirinha”, momento em que os estudantes apresentam publicamente os empreendimentos fictícios construídos ao longo da sequência didática.

A atividade pode ser realizada na própria sala de aula ou em outro espaço da escola previamente autorizado, orientado e organizado pela equipe gestora. O ambiente deve ser preparado para receber os grupos, possibilitando a exposição dos materiais produzidos e a circulação dos visitantes. Cada grupo ocupa um espaço específico para apresentação de seu empreendimento, organizando seus cartazes, tabelas, gráficos e materiais visuais produzidos durante as aulas anteriores.

Inicialmente, os estudantes devem apresentar os dados analisados durante a pesquisa de campo, com base nas 4 HE, explicando: os produtos mais vendidos; os preços observados; os custos estimados; as margens de lucro; e as estratégias de marketing utilizadas pelas empresas pesquisadas.

Na sequência, os grupos passam a assumir o papel de vendedores, utilizando estratégias de argumentação e persuasão para apresentar seus produtos ao público. Os estudantes são incentivados a utilizar linguagem adequada, criatividade e estratégias de convencimento, simulando situações reais de venda.

Durante as apresentações, o professor, com o auxílio da banca avaliadora observam aspectos como: clareza na apresentação dos dados; coerência das estratégias utilizadas; criatividade e inovação; capacidade de argumentação; domínio dos conceitos matemáticos e financeiros; organização e colaboração do grupo; e postura e interação com o público.

A avaliação pode ser realizada por meio da Ficha de Avaliação da “Feirinha”, demonstrada no quadro logo abaixo, instrumento construído para analisar tanto os aspectos quantitativos quanto qualitativos da apresentação. Mais do que avaliar resultados, esse momento busca reconhecer o desenvolvimento das habilidades construídas ao longo da intervenção pedagógica, especialmente aquelas relacionadas à autonomia, protagonismo, cooperação e tomada de decisão.

FICHA DE AVALIAÇÃO DA “FEIRINHA”						
Nome Fictício do Grupo: _____.			Data: __/__/_____.			
Empreendimento Simulado: _____						
Avaliador(a): _____						
Instruções: Marque com um "X" a opção que melhor representa o desempenho do grupo para cada critério.						
Critério de Avaliação	Insuficiente (1)	Regular (2)	Bom (3)	Muito Bom (4)	Excelente (5)	Observações (Justificativas ou exemplos)
Clareza e Coerência na Apresentação dos Dados	()	()	()	()	()	
Pertinência da Análise e Estratégias	()	()	()	()	()	

Criatividade e Inovação na Concepção e Divulgação	()	()	()	()	()	
Habilidade de Argumentação e Persuasão do Grupo	()	()	()	()	()	
Domínio e Aplicação dos Conceitos	()	()	()	()	()	
Organização e Colaboração do Grupo na Feirinha	()	()	()	()	()	
Postura, Engajamento e Atendimento ao "Público"	()	()	()	()	()	

Pontuação Total do Grupo na Feirinha: _____

Observações Qualitativas do Avaliador sobre a Performance Geral do Grupo na Feirinha:
(Espaço para o avaliador registrar impressões gerais, pontos de destaque, momentos-chave ou aspectos que poderiam ser melhorados para o grupo como um todo, durante o momento de culminância)

(Cidade) -_(Estado)_,_(Data)_ de_(Mês)_ de_(Ano)_

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Ao final da feirinha, pode ser realizado um momento coletivo de socialização e reflexão, permitindo que os estudantes compartilhem experiências, dificuldades e aprendizados vivenciados durante todo o processo, como segue o Quadro-resumo destas aulas, sugerido pelo autor, e organização do aplicador.

QUADRO-RESUMO – ETAPA 5 – Parte 2 (2 Aulas)	
Objetos da Etapa	Descritivo
Realização	A "Feirinha" deve acontecer na própria sala de aula, com data e local a ser definida pela equipe gestora, onde deve ser preparado um ambiente para acolhimento e disposição dos 6 grupos, com momento exclusivo para alunos de mesma faixa etária, professor da turma e equipe gestora. Após a abertura oficial, cada grupo deve estar posicionado em um local e mesa designados para sua apresentação.

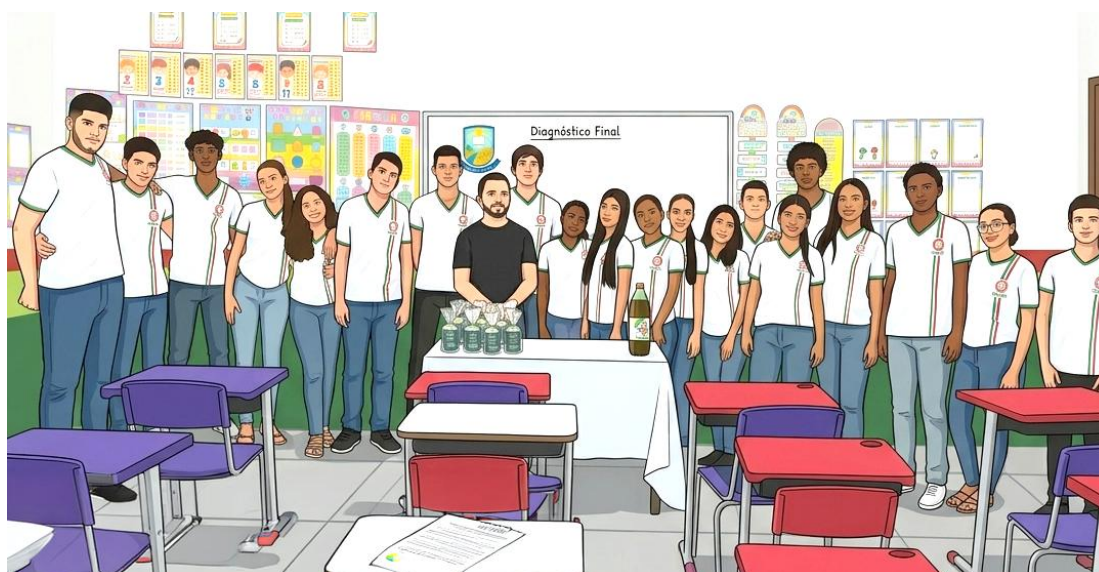
<p>Apresentação</p>	<p>Inicialmente, cada grupo deve apresentar e explicar os gráficos e tabelas construídos, segundo as 4 Habilidades Empreendedoras, demonstrando sua compreensão sobre os dados coletados na pesquisa de campo. Em seguida, os alunos assumem o papel de vendedores, utilizando de sua criatividade e habilidades de comunicação para persuadir os "clientes" a comprarem seus três produtos escolhidos. Este momento deve simular uma situação de venda real, onde os grupos deverão aplicar a noção de equilíbrio entre o preço de venda e a margem de lucro, buscando maximizar o retorno, sem afastar o cliente.</p>
<p>Avaliação da Performance</p>	<p>A avaliação da apresentação terá como norte a Ficha de Avaliação da "Feirinha". A análise deve considerar, primeiramente, a clareza e a coesão na apresentação dos gráficos e tabelas. Em seguida, deve ser avaliada a capacidade de persuasão dos alunos no processo de venda dos produtos e lucro obtido. Ao final da feirinha, deverá ser analisado qual grupo de maneira geral ou entre os 2 tipos de empresas de mesmo ramo escolhido, obteve o melhor desempenho na "venda" de seus produtos, considerando a estratégia empregada e o equilíbrio entre lucro e atração do cliente. Sobre a premiação, esta deve ficar a cargo da equipe gestora.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

3.6 ETAPA 6: DIAGNÓSTICO FINAL E FEEDBACK DA INTERVENÇÃO

O principal objetivo da última etapa da sequência didática deve ser avaliar o impacto geral da intervenção pedagógica e compreender como os estudantes perceberam o processo desenvolvido ao longo das atividades. Além da verificação da aprendizagem dos conteúdos trabalhados, esse momento também buscou identificar avanços relacionados ao protagonismo, à autonomia, à tomada de decisões e as HE desenvolvidas durante toda a proposta pedagógica, com o grupo aplicado.

Figura 15 – Ilustração do Momento Final da Aplicação e Feedback



Fonte: Imagem gerada pelo Gemini, 2026. (Observação: A imagem não corresponde ao grupo pesquisado. Ela é meramente ilustrativa).

Essa etapa possui grande relevância dentro da sequência didática, pois permite ao professor analisar, tanto aspectos quantitativos, quanto qualitativos da aprendizagem, observando não apenas o domínio conceitual dos estudantes, mas também suas percepções e reflexões sobre as vivências.

3.6.1 Aulas 17 e 18 – Diagnóstico, reflexão e devolutiva coletiva

Inicialmente, foi aplicado o Questionário Diagnóstico Final, elaborado com estrutura semelhante ao instrumento utilizado no diagnóstico inicial. O objetivo foi possibilitar a comparação entre os conhecimentos prévios dos estudantes e os conhecimentos construídos, após todas as etapas da intervenção pedagógica. O questionário abordou situações-problema envolvendo conteúdos relacionados à Educação e Matemática Financeira, Empreendedorismo e Marketing Digital, Estatística e análise de dados.

As questões propostas (observadas logo abaixo) buscaram avaliar se os estudantes conseguiam aplicar os conceitos trabalhados em situações reais do cotidiano, envolvendo planejamento financeiro, cálculo de porcentagem, lucro, juros simples, interpretação de gráficos e estratégias empreendedoras.

QUESTIONÁRIO DIAGNÓSTICO FINAL

Escola: _____ Série: ___º Ano do EF
 Docente: _____
 Aluno(a): _____

Parte 1: Educação Financeira e Matemática Financeira

1. Orçamento Pessoal: Se a família de João tem uma renda mensal de R\$ 3.000,00 e suas despesas fixas (aluguel, contas de luz e água) somam R\$ 1.800,00. Eles também gastam R\$ 700,00 com alimentação e R\$ 300,00 com transporte. Sobra algum dinheiro no final do mês? Se sim, quanto? O que você sugere que João e sua família façam com esse valor?

- a) Não sobra dinheiro.
- b) Sobra R\$ 200,00. Sugiro que economizem para uma reserva de emergência.
- c) Sobra R\$ 200,00. Sugiro que gastem tudo.
- d) Sobra R\$ 500,00. Sugiro que invistam em algo.

2. Porcentagem e Lucro: Maria produz bolos para vender. O custo para produzir um bolo é de R\$ 20,00. Ela decide vendê-lo com um lucro de 40% sobre o custo. Por quanto Maria venderá cada bolo? Qual será o lucro dela por bolo?

- a) Venderá por R\$ 24,00, com lucro de R\$ 4,00.
- b) Venderá por R\$ 28,00, com lucro de R\$ 8,00.
- c) Venderá por R\$ 30,00, com lucro de R\$ 10,00.
- d) Venderá por R\$ 20,00, sem lucro.

3. Juros Simples: Você decide investir R\$ 1.000,00 em uma aplicação que rende 5% de juros simples ao mês. Se você deixar esse dinheiro aplicado por 3 meses, qual será o valor total que você terá no final desse período?

- a) R\$ 1.050,00
- b) R\$ 1.100,00
- c) R\$ 1.150,00
- d) R\$ 1.200,00

Parte 2: Empreendedorismo e Marketing Digital

4. Empreendedorismo e Inovação: Imagine que você identificou um problema na sua comunidade: a falta de opções de lazer para adolescentes. Que tipo de negócio inovador você criaria para resolver esse problema? Descreva a ideia principal e como ela se diferenciaria das opções existentes.

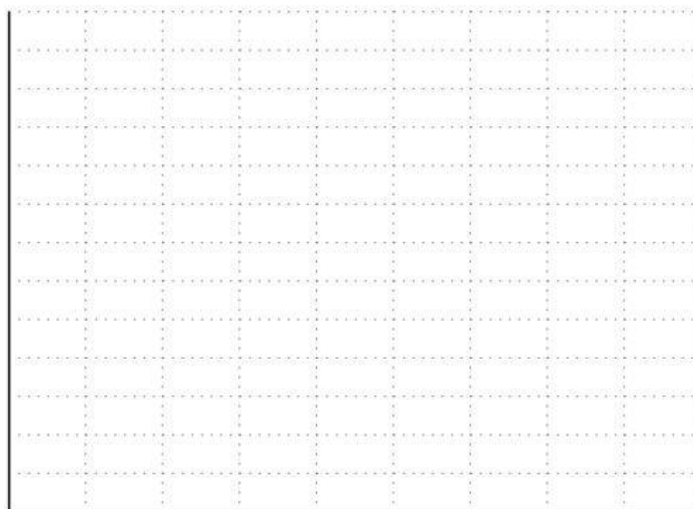
5. Marketing Digital na Prática: Seu grupo criou um produto incrível para a "Feirinha". Quais as três estratégias de marketing digital vocês usariam para divulgá-lo antes e durante o evento, e por que as escolheram?

6. Desafios do Empreendedorismo: Com base nas entrevistas que vocês fizeram com empreendedores locais, qual foi o maior desafio que eles relataram e como você acha que eles (ou seu próprio negócio na Feirinha) poderiam superar esse desafio?

Parte 3: Estatística e Análise de Dados

7. Leitura e Interpretação de Gráficos: Analise os eixos perpendiculares abaixo que representam o tempo médio de espera de clientes (vertical) em três diferentes estabelecimentos (Loja A, Loja B, Loja C) (horizontal), durante um dia de semana. *(Inserir abaixo um gráfico de barras simples, com Loja A = 10 min, Loja B = 15 min, Loja C = 5 min)*

Título: _____



Com base neste gráfico, qual estabelecimento você recomendaria para alguém que tem pouco tempo e precisa de atendimento rápido? Justifique sua resposta.

8. Média e Aplicação: Durante um “Feirão”, um grupo registrou a quantidade de produtos vendidos nas primeiras 3 horas – 1ª hora: 15 produtos; 2ª hora: 10 produtos; 3ª hora: 20 produtos. Qual foi a média de produtos vendidos por hora? Se o feirão durasse 5 horas, e mantivesse essa média, quantos produtos o grupo venderia no total?

(Cidade) - _(Estado)_, _(Data)_ de _(Mês)_ de _(Ano)_

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Durante a aplicação, o professor deve orientar os estudantes a responderem de forma tranquila e analítica, reforçando que o instrumento possui finalidade diagnóstica e formativa, permitindo compreender avanços, dificuldades e percepções construídas ao longo da sequência didática.

Além da parte conceitual, o questionário também investigou a capacidade dos estudantes de refletirem sobre desafios do empreendedorismo local, estratégias de marketing digital e interpretação de dados estatísticos, aproximando novamente os conteúdos da realidade vivenciada durante a pesquisa de campo e a “Feirinha”.

Após a conclusão do questionário, deve ser realizado um momento de discussão coletiva e devolutiva sobre o desenvolvimento da proposta. O professor retomou aspectos observados desde a primeira etapa da sequência didática, destacando avanços percebidos na participação, na comunicação, na argumentação e na compreensão dos conteúdos trabalhados.

Na continuidade da aula, pode ser aplicado, a depender do planejamento, o Quiz Extra, instrumento subjetivo elaborado (disponibilizado logo abaixo) para que os estudantes possam expressar suas opiniões e experiências sobre o projeto. As questões devem abordar: os conhecimentos adquiridos sobre educação financeira e empreendedorismo; as etapas que mais contribuíram para a aprendizagem; as HE desenvolvidas; a importância da pesquisa de campo; as experiências vivenciadas durante a feirinha; a aplicação dos conhecimentos no cotidiano e no contexto familiar.

QUIZ EXTRA

Escola: _____ **Série:** ___º Ano do EF

Docente: _____

Aluno(a): _____

1) O que você aprendeu sobre educação e matemática financeira, estatística e empreendedorismo ao longo da aplicação do projeto, junto a sua turma?

2) Qual atividade ou etapa do projeto mais contribuiu para o seu aprendizado?

3) Quais das quatro habilidades empreendedoras você percebe que mais desenvolveu durante o projeto? *Comente qual das habilidades podem ser úteis no seu dia a dia: HE01, H203, HE03 e HE04.*

4) Como você acredita que os conhecimentos adquiridos podem ajudar você a tomar decisões financeiras no futuro? Você acha que a pesquisa pode contribuir para você ajudar também a sua família? *Dê exemplos de situações reais.*

5) O que mais chamou sua atenção ao conversar com os empreendedores de Ipiranga do Piauí? Explique o que você aprendeu com essa experiência.

6) De que forma a participação na Feirinha ajudou você a compreender melhor como funcionam os negócios locais? Fale sobre sua vivência ao apresentar, vender e explicar os produtos.

(Cidade) -_(Estado)_,_(Data)_ de_(Mês)_ de_(Ano)_

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Esse momento deve ser conduzido de forma dialogada e acolhedora, incentivando os estudantes a compartilharem percepções, dificuldades, aprendizados e experiências vividas ao longo da proposta.

As respostas obtidas permitirão ao professor/oficineiro compreender quais atividades despertaram maior interesse nos alunos, quais estratégias favoreceram maior engajamento e como os estudantes perceberam a integração entre Matemática, Educação Financeira, Estatística e Empreendedorismo.

Outro aspecto importante dessa discussão final deve ser a valorização da realidade local e os arranjos produtivos locais. Muitos estudantes passam a observar os empreendimentos próximos as suas regiões habitacionais de forma mais crítica e consciente, reconhecendo a importância da organização financeira, do planejamento, das estratégias de venda e do uso das redes sociais nos pequenos negócios.

Ao final da aula, é muito interessante que seja realizado um momento coletivo de encerramento, retomando os principais objetivos da sequência didática e reforçando a importância do protagonismo estudantil, da cooperação e da aprendizagem construída ao longo de todo o percurso. Assim, a etapa final não fica limitada apenas a um momento de avaliação, mas também de um espaço de escuta, reflexão e valorização das experiências vivenciadas pelos estudantes durante toda a intervenção pedagógica.

4

RESULTADOS E EVIDÊNCIAS

A aplicação desta sequência didática permitiu observar avanços na aprendizagem dos estudantes participantes, especialmente na compreensão prática dos conteúdos abordados de Educação Financeira, Matemática Financeira, Estatística e Empreendedorismo. Os resultados mostram que a aproximação entre teoria, realidade local e metodologias ativas (como a ABP) contribuiu para o envolvimento da turma e para a construção de conhecimentos mais contextualizados.

Entretanto, é importante destacar que os resultados alcançados não ocorrem de maneira automática. O sucesso da proposta esteve/deve estar diretamente relacionado ao planejamento do professor, à organização das etapas e, principalmente, à valorização do protagonismo estudantil durante todo o percurso pedagógico. A participação ativa dos alunos, a mediação constante do docente e a contextualização das atividades com a realidade econômica local foram/são fatores essenciais para o desenvolvimento das habilidades propostas.

4.1 AVANÇOS NA EDUCAÇÃO FINANCEIRA E NA MATEMÁTICA FINANCEIRA

O protótipo inicial pesquisado mostrou que muitos estudantes possuíam apenas conhecimentos superficiais sobre educação financeira, porcentagem, lucro e juros simples. Grande parte afirmava “ter uma ideia” sobre os conceitos, mas demonstrava dificuldades para explicar ou aplicar os conteúdos em situações práticas.

Após a intervenção pedagógica, observou-se um crescimento na capacidade dos alunos de resolver problemas contextualizados, envolvendo planejamento financeiro, porcentagem, acréscimos, lucro e juros simples. No diagnóstico final, por exemplo, foi possível perceber que: 100% dos estudantes conseguiram resolver corretamente situações envolvendo orçamento familiar e organização financeira; 100% calcularam corretamente porcentagem e lucro em situações de venda; e 84% resolveram adequadamente problemas envolvendo juros simples.

Os resultados evidenciam que uma abordagem prática e contextualizada favorece não apenas a memorização de fórmulas, mas principalmente a construção lógica e a compreensão do significado dos conceitos matemáticos dentro do cotidiano. Dessa forma, o docente deve notar avanços no desenvolvimento da articulação algébrica, geométrica e do raciocínio, especialmente durante a realização de atividades envolvendo cálculo de margem de lucro, preço de venda, custo estimado e análise comparativa de preços entre os empreendimentos pesquisados.

4.2 DESENVOLVIMENTO DA INTERPRETAÇÃO GRÁFICA E DA ESTATÍSTICA

Na etapa inicial da pesquisa, parte significativa dos estudantes apresentava dificuldades na construção e organização de gráficos e tabelas, mesmo possuindo alguma familiaridade com a interpretação visual de dados. Ao longo da pesquisa de campo, da organização de dados e da construção manual de tabelas e gráficos, os estudantes passaram/devem passar a compreender melhor: a frequência de dados; a comparação de valores; a construção de gráficos de barras e setores e suas

diferenças; leitura estatística completa; cálculo de média aritmética e a importância das medidas de tendências centrais; e a análise de informações quantitativas.

Os avanços ficaram evidentes no diagnóstico final, em que: 74% dos estudantes conseguiram construir corretamente gráficos de barras e setores; e 79% resolveram corretamente situações envolvendo média aritmética. É importante destacar que, no caso da construção de gráficos, só foi considerado correto os casos em que os estudantes desenharam perfeitamente (utilizando lápis, pinceis de cor, régua, transferidor e/ou compasso, deixando tudo bem a vista) e constaram todas informações (título, legenda, eixos e valores).

Além da melhoria técnica, observou-se maior autonomia na interpretação dos dados coletados durante as visitas aos empreendimentos locais, permitindo aos estudantes relacionarem matemática e realidade social de forma mais crítica.

4.3 PROTAGONISMO E ENGAJAMENTO ESTUDANTIL

Os registros qualitativos realizados ao longo da pesquisa demonstraram forte envolvimento dos estudantes durante as etapas práticas da sequência didática. A pesquisa de campo, a análise de dados, a criação de empreendimentos fictícios e a realização da “Feirinha” despertaram/devem despertar o interesse, a criatividade e a cooperação entre os grupos.

Durante as aulas, os alunos passaram a assumir maior autonomia na organização das tarefas, divisão de funções e tomada de decisões. Através da pesquisa, os objetos propostos permitiram que os estudantes: desenvolvessem habilidades de comunicação, argumentação e persuasão; trabalhassem em equipe e resolvessem situações-problema; construíssem estratégias de venda e divulgação; e utilizassem ferramentas digitais voltadas ao marketing.

Outro aspecto relevante foi o fortalecimento da autoestima estudantil durante as apresentações orais e atividades coletivas, especialmente na culminância da “Feirinha”, momento em que todos os grupos conseguiram concluir suas apresentações e demonstrar domínio parcial ou total dos conteúdos trabalhados.

4.4 APROXIMAÇÃO ENTRE ESCOLA E COTIDIANO

Um dos resultados mais relevantes da intervenção foi a aproximação entre os conteúdos escolares e a realidade econômica local. Ao visitar empreendimentos e dialogar com empresários, os estudantes passaram a compreender, na prática, a formação de preços e estratégias de venda, a determinar a margem de lucro, a importância do marketing digital e a organização financeira de pequenos negócios, juntamente com os desafios enfrentados pelos empreendedores cotidianamente.

As discussões realizadas em sala mostram que muitos estudantes passaram a enxergar os empreendimentos da cidade com outro olhar, reconhecendo o valor do comércio local, da criatividade e da organização financeira destes. Além disso, a pesquisa despertou reflexões sobre possibilidades futuras de empreendedorismo

juvenil, inovação e desenvolvimento econômico local, fortalecendo a relação entre escola, comunidade e contexto habitacional.

4.5 CONSIDERAÇÕES SOBRE A APLICAÇÃO DA PROPOSTA

Embora os resultados tenham sido bastante positivos, é importante salientar que a sequência didática exige planejamento, adaptação e acompanhamento constante por parte do professor, pois é através do incentivo e da demonstração teórico-prática deste em sala, que a intervenção conquistará a aceitação e protagonismo dos membros dos grupos e seus líderes.

O desenvolvimento das habilidades propostas depende diretamente:

- da mediação pedagógica e registros;
- da contextualização das atividades e a devolutiva;
- do incentivo à participação ativa dos estudantes;
- da organização, planejamento e alinhamento das etapas;
- da valorização do protagonismo juvenil.

Quando os alunos assumem papel ativo no processo de ensino-aprendizagem e conseguem perceber sentido nos conteúdos estudados, a matemática deixa de ser apenas um conjunto de cálculos abstratos e passa a ser compreendida como ferramenta de interpretação da realidade em que vivem e a tomada de decisões.

S

**CONSIDERAÇÕES FINAIS E
RECOMENDAÇÕES PARA O PROFESSOR**

A construção e aplicação da sequência didática “*Entre Buritis e Negócios: Matemática e Educação Financeira no Ensino de Ipiranga do Piauí*” demonstrou que a integração entre Matemática, Educação Financeira, Estatística, Empreendedorismo e Marketing Digital pode e deve contribuir para tornar o processo de ensino-aprendizagem mais contextualizado, investigativo e significativo para os estudantes.

Ao longo das seis etapas desenvolvidas, foi possível perceber que a aproximação entre os conteúdos matemáticos e a realidade dos alunos favoreceu maior participação, curiosidade, cooperação, protagonismo e engajamento durante as aulas. A utilização de situações reais, pesquisa de campo, organização de dados, construção de gráficos, planejamento de vendas e culminância prática permitiu que os estudantes deixassem de ser apenas receptores de informações e passassem a atuar como protagonistas do próprio processo de ensino-aprendizagem.

Os resultados obtidos evidenciaram avanços importantes na compreensão de conceitos relacionados à porcentagem, lucro, juros simples, organização financeira, interpretação gráfica e análise estatística, conteúdos historicamente considerados desafiadores (um dos “bixos-papões” da matemática) no Ensino Fundamental. Além disso, a proposta favoreceu o desenvolvimento da argumentação, da comunicação, da criatividade e da tomada de decisões, habilidades essenciais para a formação cidadã e para o desenvolvimento do pensamento crítico.

Outro aspecto relevante foi/é a valorização da realidade econômica e cultural local. Ao aproximar os estudantes dos empreendimentos do seu dia a dia, a sequência didática fortaleceu/fortalece o sentimento de pertencimento, valorizando os comerciantes, os pequenos negócios, os espaços de convivência e o potencial empreendedor presente na cidade. Essa conexão entre escola e comunidade tornou/torna os conteúdos mais concretos e próximos da vivência dos estudantes.

A proposta também dialoga diretamente com competências e habilidades previstas na BNCC e no Currículo do Piauí, bem como na “Matriz de Competências de Letramento Financeiro” da Plataforma Aprender Valor, especialmente aquelas relacionadas à resolução de problemas, análise de dados, raciocínio, educação financeira, interpretação de gráficos, protagonismo e investigação matemática.

Da mesma forma, vários conteúdos trabalhados estão alinhados às habilidades de letramento matemático cobradas pela Matriz de Referência do SAEB, sobretudo nos eixos de Números, Álgebra, Grandezas e Medidas e Tratamento da Informação, fortalecendo o letramento matemático e estatístico dos estudantes.

Entretanto, é importante compreender que os resultados positivos, observados durante a aplicação da sequência didática, dependem diretamente da mediação pedagógica realizada pelo professor. O planejamento das aulas, a organização das etapas, o acompanhamento dos grupos e o incentivo constante ao protagonismo estudantil são fundamentais para que a proposta alcance os objetivos esperados.

Nesse sentido, recomenda-se que o professor:

- adapte as atividades à realidade de sua turma e de sua comunidade;
- utilize exemplos próximos do cotidiano dos estudantes;
- valorize o trabalho colaborativo e investigativo;
- incentive a participação ativa dos alunos nas discussões;

- permita que os estudantes assumam responsabilidades durante as etapas, organizando pensamentos coletivos e de liderança;
- utilize os erros como oportunidades de aprendizagem;
- conduza as atividades de forma flexível, respeitando o ritmo da turma.

Também é importante destacar que a sequência didática não deve ser compreendida apenas como um conjunto de atividades prontas, mas como uma proposta pedagógica aberta, adaptável a realidade da turma e série e integradora, capaz de dialogar com diferentes contextos e públicos escolares.

A aplicação do produto educacional mostrou/mostra que metodologias mais dinâmicas e contextualizadas podem contribuir para reduzir as barreiras históricas relacionadas ao ensino da Matemática, aproximando os estudantes dos conteúdos de forma mais leve, prática, chamativa e inspiradora. Quando os alunos compreendem a utilidade da Matemática em situações reais e coletivas, o aprendizado torna-se mais participativo, funcional e duradouro.

Assim, espera-se que este e-book possa servir como apoio metodológico para professores de Matemática e áreas afins, oferecendo possibilidades de inovação pedagógica e fortalecimento do ensino contextualizado, especialmente no âmbito da Educação Financeira e do Empreendedorismo Escolar.

Por fim, conclui-se que a sequência didática, desenvolvida ao longo desta pesquisa, constitui uma possibilidade interessantíssima de articulação entre teoria e prática, escola e comunidade, conhecimento e letramento matemático e realidade social, contribuindo para a formação de estudantes mais críticos, conscientes, participativos e preparados para compreender e atuar no mundo ao seu redor.

6

OS AUTORES

Guilherme Goncalves Holanda



é Graduado em Licenciatura em Matemática, com Láurea Universitária, pela UFPI. É Mestrando em Matemática pelo programa PROFMAT, associado ao IFPI/*Campus* Floriano-PI, e pesquisador na área de Educação Financeira e Empreendedorismo. É Especialista em “Metodologia do Ensino da Matemática” e em “Docência do Ensino Superior”, pela Faculdade Evangélica do Meio Norte. Pertence, desde 2019, ao quadro de professores efetivos de matemática da rede municipal de Ipiranga do Piauí (aprovado em 1º Lugar) e, atualmente, é Coordenador de Ensino de Matemática e presidente do Conselho Municipal de Educação (CME-Ipiranga do Piauí), além articular o movimento olímpico ipiranguense. Atua também como articulador do Programa Federal “Na Ponta do Lápis”, representando o estado do Piauí, através da Undime-PI. Já teve experiências pela Seduc-PI (professor), Cead/UFPI (tutor à distância do Curso de Matemática – Pólo de Inhumas/PI), unidades de ensino e faculdades particulares. Fascinado em comunicação, é fotógrafo, videomaker, roteirista, escritor e editor-chefe do Portal InhaúmaTV.

Igor Ferreira do Nascimento



é Doutor em Administração, com ênfase em Finanças e Métodos Quantitativos. Mestre em Estatística e Métodos Quantitativos, pela Universidade de Brasília (UnB). É estatístico com ampla experiência em avaliação educacional, modelagem estatística e análise de dados aplicados à gestão pública e acadêmica.

Atua no Instituto Federal do Piauí (IFPI/*Campus* Teresina Central), onde desenvolve atividades de docência, coordenação acadêmica e avaliação institucional, com destaque para pesquisas em Teoria de Resposta ao Item (TRI), permanência e êxito estudantil, indicadores educacionais, *Asset Liability Management* (ALM) e modelagem atuarial. Possui experiência em consultorias nacionais e internacionais nas áreas educacional, socioeconômica e ambiental, além de forte atuação em ciência de dados, análise de grandes bases oficiais brasileiras e desenvolvimento de soluções analíticas em R, SQL e Google Workspace aplicadas ao planejamento e à gestão institucional.



Rui Marques Carvalho

Doutor em Matemática Aplicada pela UNICAMP. Mestre em Matemática pela UFPI. Especialista em “Matemática, suas tecnologias e o mundo do trabalho”, pela UFPI, e Especialista em “Educação – Matemática e Ciências”, pela FACIBRA. Graduado em Licenciatura em Matemática, pela UFPI.

Atua como professor no Instituto Federal do Piauí (IFPI/*Campus Picos*) e também no Programa de Mestrado Profissional em Matemática em Rede Nacional (PROFMAT/IFPI/*Campus Floriano-PI*).



AGRADECIMENTOS

Inicialmente, agradeço ao criador do universo pela oportunidade em poder experimentar e vivenciar grandes aprendizados e experiências. Por ser a âncora e a fortaleza, onde juntos ultrapassamos todos os obstáculos.

A minha família, por ser a base de todo esforço, dedicação, compreensão, motivação, exemplo de ser humano e a confiança nos sonhos e promessas de Deus.

Aos amigos e colegas de trabalho, sobretudo os da atual equipe da Secretaria Municipal de Educação de Ipiranga do Piauí-PI e da equipe gestora escolar da Escola Municipal Buriti (pseudônimo), juntamente com seus alunos (participantes ativos e protagonistas desta pesquisa), por todo incentivo, acolhida e compreensão na busca pelo saber matemático e aperfeiçoamento profissional, além da liberdade em inovar, criar e buscar novas fontes de saber.

A equipe docente do programa de mestrado PROFMAT/IFPI, sobretudo aqueles estiveram ministrando disciplina e palestras formativas pelas trocas de aprendizados, paciência, correções e realinhamento, preocupações e cobranças, companheirismo e ensinamentos, contribuindo para um melhor desempenho no processo formativo.

Aos colegas de turma, sem distinção de grupos, formamos a grande família “Turma 2024”, com resultados tão expressivos, evoluindo de nível o melhor PROFMAT do Brasil. Vivenciamos cada momento juntos, entre dores e alegrias, entre dias e noites em claro, entre preocupações e aprendizados. Fomos sustentáculos uns dos outros. Me orgulho por cada um de vocês, pelo que são, por quem nos tornamos e pelo que há de vir.

Ao meu orientador professor Dr. Igor Ferreira do Nascimento e coorientador professor Dr. Rui Marques Carvalho, pela paciência, incentivo, compromisso, apoio, preocupação e condução. Ambos grandes profissionais.

Ao Instituto Federal do Piauí (IFPI), Campos Floriano-PI, instituição que muito me acolheu (juntamente com seus técnicos, terceirizados e colaboradores), e me disponibilizou seus recursos técnicos, logísticos e humanos.

A Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoa de Nível Superior – CAPES (Brasil) – pelo incentivo, amparo e fomento à pesquisa.

A todos que participaram e contribuíram, direta ou indiretamente, no desenvolvimento deste trabalho de pesquisa, enriquecendo o processo de aprendizado e formativo.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA MESTRE. Marketing digital para escolas: entenda por que é fundamental. Disponível em: <https://www.agenciamestre.com/marketing-digital/marketing-digital-para-escolas-entenda-por-que-e-fundamental/>. Acesso em: 5 mar. 2026.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. Brasil: implementando a Estratégia Nacional de Educação Financeira. Brasília: Banco Central do Brasil, [s.d.]. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/Estrategia_Nacional_Educacao_Financeira_EN_EF.pdf. Acesso em: 26 fev. 2026.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. Programa Aprender Valor. Disponível em: <https://aprendervalor.bcb.gov.br/site/aprendervalor>. Acesso em: 26 fev. 2026.
- BARBATO, Nathaly; MURAKAMI, Rafael Guem; COSTA, Bruno Andrade. O papel da educação financeira no mundo globalizado. RIT – Revista Inovação Tecnológica, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 62-78, jul./dez. 2022. ISSN 2179-2895. Disponível em: [inserir link de acesso se houver]. Acesso em: 17 abr. 2026.
- BARONI, A. K. C. Educação financeira no contexto da educação matemática: possibilidades para a formação inicial. 2021. Tese (Doutorado em Educação Matemática) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Rio Claro, 2021.
- BRASIL. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Brasília, DF, 2017a. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/529732/lei_de_diretrizes_e_bas_es_1ed.pdf. Acesso em: 16 nov. 2025.
- BRASIL. Ministério da Educação. Base Nacional Comum Curricular (BNCC): série Temas Contemporâneos Transversais. [Caderno de Economia]. Brasília, DF: MEC, 2018.
- BRASIL. Ministério da Educação. Caderno Economia: educação financeira, educação fiscal, trabalho. Brasília, DF: Secretaria de Educação Básica do Ministério da Educação, 2022. (Série Temas Contemporâneos Transversais: Base Nacional Comum Curricular).
- BRASIL. Ministério da Educação. Base Nacional Comum Curricular: educação é a base. Brasília, DF: MEC, 2018.
- CARVALHO, Josely. Arte que transforma e gera renda: conheça um pouco do artesanato de Ipiranga do Piauí. Cidades na Net, [S. l.], 1 maio 2021. Disponível em: <https://cidadesnanet.com/news/destaque-3/arte-que-transforma-e-gera-renda-conheca-um-pouco-do-artesanato-de-ipuranga-do-piaui/>. Acesso em: 24 dez. 2025.
- CRAVO, Larissa Barreto; SILVA, Nycolee Gomes; BATISTA, Valquiria Constancio; ZUQUI, Vasconcelos. Educação financeira como ferramenta para o desenvolvimento de um planejamento financeiro pessoal eficiente. Revista Foco: Interdisciplinary Studies, v. 18, n. 3, 2025. DOI: 10.54751/revistafoco.v18n3-027.

CUNHA, Marcia Borin da; OMACHI, Nathalie Akie; RITTER, Olga Maria Schimidt; NASCIMENTO, Jéssica Engel do; MARQUES, Glessyan de Quadros; LIMA, Fernanda Oliveira. Metodologias ativas: em busca de uma caracterização e definição. SciELO Preprints, 11 abr. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.3885>. Acesso em: 25 nov. 2025.

D'AMBROSIO, U. Educação matemática: Da teoria à prática. 26. ed. Campinas: Papyrus, 1996. (Perspectivas em Educação Matemática). ISBN 9788530804107. Citado 2 vezes nas páginas 26 e 127.

DANTE, Luiz Roberto. Teláris Matemática 9, Ensino Fundamental. 3º Edição. São Paulo : Editora Ática, 2018.

FERREIRA, Clécio da Silva. Elementos de estatística. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, [s.d.]. Disponível em: https://www2.ufjf.br/clecio_ferreira/files/2012/04/Cap1-Amostragem1.pdf. Acesso em: 3 mar. 2026.

FRIAS, Débora Pinese. Entre a preservação e a destruição do patrimônio: o caso da Mansão Matarazzo pelo jornal Folha de S. Paulo. Revista Humanidades em Diálogo, v. 11, p. 69-82, 2022.

GIOVANNI, José Ruy; GIOVANNI JÚNIOR, José Ruy; CASTRUCCI, Benedito. A conquista da matemática: 9º ano. São Paulo: FTD, 2015.

GIOVANNI JÚNIOR, José Ruy. A conquista da matemática: 9º ano: ensino fundamental: anos finais. 1. ed. São Paulo: FTD, 2022.

IEZZI, Gelson; HAZZAN, Samuel; DEGENSZAJN, David Mauro. Fundamentos de matemática elementar, 11: matemática comercial, matemática financeira, estatística descritiva. 9. ed. São Paulo: Atual, 2013.

LEAL, Daiane Rufino; et al. Ipiranga do Piauí: 60 anos de história, memória e cultura de um povo. Ipiranga do Piauí-PI: Quimera Editora, 2022.

LIMA, Elon Lages. Matemática e ensino. 4. ed. Rio de Janeiro: SBM, 2007. (Coleção Professor de Matemática).

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Programa Na Ponta do Lápis (2026). Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/na-ponta-do-lapis>. Acesso em: 26 fev. 2026.

MORGADO, Augusto César. Matemática financeira [recurso eletrônico]. Rio de Janeiro: IMPA, 2014. Aula ministrada em julho de 2002 e retransmitida no PAPMEM de 2010, em homenagem ao professor Morgado. Programa de Aperfeiçoamento para Professores de Matemática do Ensino Médio – PAPMEM. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=t5hDp2ZkeZw>. Acesso em: 4 nov. 2026. Vídeo completo disponível em: <http://video.impa.br/index.php?page=janeiro-de-2010-2>.

MORGADO, Augusto Cesar de Oliveira; WAGNER, Eduardo; ZANI, Sheila Cristina. Progressões e matemática financeira. 7. ed. Rio de Janeiro: SBM – Sociedade Brasileira de Matemática, 2022.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). Recomendação sobre os princípios e as boas práticas de educação e conscientização financeira. Paris, jul. 2005.

OLITEF. Olimpíada do Tesouro Direto de Educação Financeira. Disponível em: <https://www.olitef.com.br/>. Acesso em: 26 fev. 2026.

PAULA, Camila Guimarães Jesuino de. Matemática e empreendedorismo. 2024. 50 f. Dissertação (Mestrado em Matemática) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Matemática, Rio de Janeiro, 2024.

PIAUI. Secretaria de Estado da Educação. Currículo do Piauí: um marco para a educação do nosso estado (educação infantil, ensino fundamental). Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 2020. 314 p.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SAMANEZ, C. P. Matemática financeira: aplicações a análise de investimentos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SILVA, Carla Camargo Cassol da; MENTGES, Manuir José. A pesquisa-ação como agente transformador na área da educação. Revista Even. Pedagóg., Sinop, v. 14, n. 1 (35. ed.), p. 54–69, jan./maio 2023. Disponível em: <https://periodicos.unemat.br/index.php/rep>. Acesso em: 24 nov. 2025. DOI: 10.30681/2236-3165.

SOUZA, Charleston Sperandio de; NICOLI, Alice Aparecida Teixeira de Sá; CASTRO, Leonardo Caus. Um estudo sobre a educação financeira nas escolas. Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro, v. 2, 2023. Disponível em: <https://revista.unipacto.com.br/index.php/multidisciplinar/article/view/1201>. Acesso em: 3 jan. 2026.

SOUZA, Kellcia Rezende; KERBAUY, Maria Teresa Miceli. Abordagem quanti-qualitativa: superação da dicotomia quantitativa-qualitativa na pesquisa em educação. Educação e Filosofia, Uberlândia, v. 31, n. 61, p. 21-44, jan./abr. 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.14393/REVEDFIL.issn.0102-6801.v31n61a2017-p21a44>

SOUZA, Thiago. Como surgiu o dinheiro. Toda Matéria, 2022. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/como-surgiu-o-dinheiro/>. Acesso em: 26 fev. 2026.

UNIFOA. Aprendizagem baseada em projetos (ABP): entenda como funciona essa metodologia. Centro Universitário de Volta Redonda – UNIFOA (2025). Disponível em: <https://www.unifoa.edu.br/blog/aprendizagem-baseada-em-projetos-abp/>. Acesso em: 4 mar. 2026.

BÔNUS 1

PROJETO CULTURAL PARA

A SEMANA ENEF



Como bônus para nossos leitores, será colocado um Projeto Cultural “**DO SONHO AO PLANEJAMENTO: O poder da educação financeira**”, com base na versão realizada durante a 13ª Semana Nacional de Educação Financeira (Semana ENEF) 2026, de forma presencial no município de Ipiranga do Piauí. Este é um breve rascunho rápido, meramente sugestivo e de fácil desenvolvimento na escola, que pode ser adaptado a realidade de sua turma e região.

Projeto Cultural
“DO SONHO AO PLANEJAMENTO: O poder da educação financeira”

PROPONENTE: _____
 PERÍODO: _____ | CULMINÂNCIA (Data/Horário/Local): _____
 INSTITUIÇÃO MANTENEDOURA: _____

1. JUSTIFICATIVA

A Educação Financeira tem se mostrado como uma ferramenta importante para a formação de cidadãos mais conscientes, críticos e preparados para lidar com os desafios econômicos da vida cotidiana. Em um cenário marcado por consumo impulsivo, endividamento precoce e falta de planejamento, torna-se cada vez mais importante promover ações educativas que estimulem o desenvolvimento de hábitos financeiros saudáveis desde a educação básica, sobretudo com o advento das Matrizes Educacionais adaptadas a modalidade de Educação em Tempo Integral.

A Semana Nacional de Educação Financeira (ENEF), em sua ___ª edição (20__) e organizada pelo Fórum Brasileiro de Educação Financeira, representa uma importante iniciativa para fortalecer essa temática nas escolas, integrando os eixos da educação financeira, fiscal, securitária e previdenciária.

Nesse contexto, o município de _____ / Escola _____ da Rede _____ propõe a realização de ações pedagógicas e culturais que envolvam estudantes e professores, culminando em apresentações que traduzam, de forma criativa, os conhecimentos adquiridos, segundo planejamento já realizado em rede. A proposta busca não apenas transmitir conteúdos, mas incentivar atitudes, comportamentos e reflexões que contribuam para a construção de um futuro com maior segurança, autonomia e prosperidade.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Promover a educação financeira nas escolas de Ensino Fundamental da rede _____ de educação do _____, por meio de atividades pedagógicas e culturais, incentivando a formação de estudantes conscientes e preparados para a tomada de decisões financeiras ao longo da vida.

2.2 Objetivos Específicos

- Desenvolver a compreensão sobre planejamento financeiro, consumo consciente e organização pessoal;

- Estimular o entendimento sobre a função social dos tributos e a importância da cidadania fiscal;
- Apresentar conceitos básicos sobre proteção financeira e seguros;
- Incentivar a reflexão sobre a importância do planejamento para o futuro e aposentadoria;
- Promover o protagonismo estudantil por meio de atividades culturais;
- Integrar diferentes linguagens ao processo de aprendizagem.

3. METODOLOGIA

A execução do projeto será realizada em três etapas:

3.1 Etapa 1 – Sensibilização e Planejamento

Nesta etapa será apresentado o projeto às escolas participantes, através de sua equipe gestora e professores das áreas afins. Será feita a distribuição dos eixos temáticos entre as unidades escolares, juntamente com a orientação pedagógica para desenvolvimento das atividades e organização das equipes escolares.

3.2 Etapa 2 – Desenvolvimento nas Escolas

Cada escola/turma deverá trabalhar um subtema relacionado ao eixo definido em sorteio, desenvolvendo atividades em sala de aula que culminem em uma apresentação cultural, onde cada uma destas deverá selecionar uma apresentação principal, com duração máxima de 15 minutos, para a culminância final.

3.3 Etapa 3 – Culminância

A realização do evento acontecerá no dia _____, às ____, no _____, com palestra entre convidados e apresentações culturais das escolas/turmas, com socialização das experiências e momento coletivo de encerramento.

4. ORGANIZAÇÃO DOS EIXOS TEMÁTICOS

Cada escola/turma desenvolverá seu trabalho a partir de um subtema previamente definido, após sorteio, enviado pelo coordenador. Elas serão organizadas da seguinte forma: __ escolas/turmas – Educação Financeira; __ escolas/turmas – Educação Fiscal; __ escolas/turmas – Educação Securitária; e __ escolas/turmas – Educação Previdenciária.

5. SUBTEMAS E ORIENTAÇÕES CRIATIVAS

Com o objetivo de orientar melhor as escolas/turmas e auxiliar na qualidade das apresentações, seguem, abaixo, os subtemas acompanhados das propostas práticas de desenvolvimento:

EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Subtema 1: “Do descontrole ao planejamento: como organizar a vida financeira”.

Proposta: Peça teatral com duas realidades (vida desorganizada X vida planejada).

Sugestões de abordagem:

- Uso de humor com situações do cotidiano (compras impulsivas, dívidas);
- Inserção do tripé (ponto alto): Planejar, Poupar e Crédito (PLA-POU-CRE);
- Final com transformação do personagem.

Subtema 2: “Sonhos têm preço: como transformar desejos em conquistas”.

Proposta: Paródia musical, cordel ou apresentação rítmica.

Sugestões de abordagem:

- Apresentar sonhos (casa, celular, viagem) e o caminho até a conquista;
- Mostrar etapas: meta, disciplina e tempo;
- Envolver vários alunos com falas curtas e dinâmicas.

EDUCAÇÃO FISCAL

Subtema 3: “Um mundo sem impostos: o caos invisível”

Proposta: Peça teatral reflexiva.

Sugestões de abordagem:

- Simular um dia sem escola, hospital, transporte, segurança, cultura e lazer;
- Uso de cenas rápidas mostrando ausência de serviços públicos;
- Final destacando a importância dos tributos. Final impactante: “Os impostos retornam em forma de serviços”.

Subtema 4: “Cidadania fiscal: meu papel na sociedade”

Proposta: Jornal encenado (telejornal).

Sugestões de abordagem:

- Repórteres apresentando notícias sobre obras, serviços e problemas públicos e soluções, importância de exigir transparência (Portal da Transparência e Ouvidoria);
- Entrevistas simuladas com “cidadãos”;
- Ênfase na fiscalização e no papel do cidadão.

EDUCAÇÃO SECURITÁRIA

Subtema 5: “Prevenir hoje para proteger o amanhã”

Proposta: Teatro com narração.

Sugestões de abordagem:

- Situações inesperadas (acidente, perda de renda);
- Comparação entre famílias com e sem proteção;
- Mostrar como o seguro protege famílias. Pode usar 2 cenários (com X sem proteção);
- Linguagem simples e objetiva.

EDUCAÇÃO PREVIDENCIÁRIA

Subtema 6: “O futuro começa agora: cuidar do amanhã desde cedo”.

Proposta: Teatro ou dança com linha do tempo.

Sugestões de abordagem:

- Representar fases da vida em linha do tempo (juventude, vida adulta e velhice);
- Mostrar escolhas e consequências de um personagem jovem que não pensa no futuro X outro que se prepara;
- Final com mensagem de planejamento para o futuro: “Quem planeja hoje, vive melhor amanhã”.

ORIENTAÇÕES GERAIS PARA TODAS AS ESCOLAS

Segue abaixo quesitos importantes para apresentação:

- Tempo máximo de apresentação: 15 minutos;
- Utilizar figurinos simples e criativos;
- Priorizar linguagem clara e objetiva;
- Estimular a participação de até ___ estudantes, por conta do espaço;
- Utilizar elementos culturais (música, dança, teatro, poesia);
- Finalizar com uma mensagem de impacto relacionada ao tema.

6. CRITÉRIOS PARA APRESENTAÇÕES

Para este ano teremos entrega de troféus para 1º e/ou 2º Lugar, por escola/turma participante. Segue abaixo quesitos para avaliação, onde 2 avaliadores convidados devem dar notas na escala de 1 a 10 pontos:

- Criatividade;
- Clareza da mensagem;
- Relação com o tema;
- Participação dos alunos;
- Organização e tempo.

O resultado final será realizado pela média aritmética do total de pontos dos 2 avaliadores, durante as 6 apresentações.

7. RESULTADOS ESPERADOS

A partir destas apresentações, espera-se: maior compreensão dos estudantes sobre educação financeira; desenvolvimento de atitudes responsáveis em relação ao dinheiro; fortalecimento da cidadania; engajamento das escolas em práticas inovadoras; integração entre teoria e prática por meio da cultura.

BÔNUS 2

O PROJETO OLÍMPICO

PARA OLITEF E AFINS



Como bônus para nossos leitores, será colocado um Projeto Olímpico “**OLITEF NA VEIA: Rumo a medalha**”, com base e adaptações no que foi realizado durante o ano 2025, na rede municipal de Ipiranga do Piauí. Este é um breve rascunho rápido, meramente sugestivo e de fácil desenvolvimento na escola, que pode ser adaptado a realidade de sua turma e região.

Projeto Olímpico
“OLITEF NA VEIA: Rumo a medalha”

PROPONENTE: _____
 PERÍODO: _____
 DESENVOLVIMENTO (Data/Horário/Local): _____
 INSTITUIÇÃO MANTENEDOURA: _____

A educação e o letramento financeiro vêm se tornando, em um mundo globalizado e tecnológico, uma das competências essenciais para a formação cidadã, contribuindo para que crianças e adolescentes desenvolvam autonomia, responsabilidade, consciência econômica e capacidade de planejamento. Nesse contexto, a Olimpíada do Tesouro Direto de Educação Financeira (OLITEF) surge como uma importante iniciativa nacional gratuita voltada à promoção do conhecimento financeiro entre estudantes brasileiros.

Realizada pela B3 (a Bolsa do Brasil) e pela Secretaria do Tesouro Nacional, com apoio do Ministério da Educação – MEC, Banco Central do Brasil, FGC – Fundo Garantidor de Créditos, Consed e Undime, a OLITEF busca estimular o consumo consciente, o planejamento financeiro, o empreendedorismo, os investimentos e a compreensão básica da economia.

A Secretaria _____ de Educação de _____ - ____, observando o crescimento expressivo dos estudantes _____ na competição — com destaque para as ___ medalhas de ouro, ___ medalhas de prata e ___ medalhas de bronze conquistadas na edição de 20__ — propõe a criação do Clube Olímpico de Educação Financeira, um espaço formativo e preparatório para os estudantes da rede _____.

1. RESUMO

O Clube Olímpico de Educação Financeira deve ser um espaço _____ de formação complementar, destinado à preparação de estudantes para a OLITEF – Edição 20__. O projeto será gratuito, promovido pela Secretaria _____ de Educação de _____, com encontros presenciais aos _____, voltados ao desenvolvimento de competências relacionadas à educação financeira,

planejamento econômico, empreendedorismo, investimentos, cidadania financeira e resolução de problemas do cotidiano. Os encontros serão divididos em ____ níveis: Nível 1: ____h às ____h e Nível 2: ____h às ____h

O projeto atenderá estudantes do ____º ao ____º ano do Ensino Básico, preparando-os não apenas para a competição olímpica, mas também para a vida em sociedade, incentivando hábitos financeiros saudáveis, pensamento crítico, responsabilidade econômica e protagonismo juvenil.

2. JUSTIFICATIVA

A Educação Financeira é uma necessidade social contemporânea. Em um mundo cada vez mais marcado pelo consumo, pelas relações digitais, pelo crédito fácil e pelas constantes mudanças econômicas, torna-se indispensável preparar os estudantes para tomarem decisões conscientes e responsáveis.

A Base Nacional Comum Curricular (BNCC) reconhece a Educação Financeira como tema transversal e estratégico para a formação integral do estudante. Além disso, programas federais como o “Na Ponta do Lápis” e a plataforma “Aprender Valor” fortalecem as políticas públicas voltadas ao desenvolvimento da cidadania financeira nas escolas brasileiras.

A “Aprender Valor” disponibiliza materiais didáticos, avaliações diagnósticas, trilhas formativas e cursos para professores, gestores e coordenadores, além de planos de aula estruturados para uso em sala, constituindo-se como uma importante ferramenta pedagógica para o fortalecimento da Educação Financeira nas redes públicas de ensino brasileiras.

Nos últimos anos, o município de _____ vem obtendo crescimento em olimpíadas educacionais e científicas. Na edição 20__ da OLITEF, os estudantes _____ conquistaram ____ medalhas de ouro, ____ medalhas de prata e ____ medalhas de bronze. Os resultados demonstram o potencial dos estudantes da rede _____ e evidenciam a necessidade de investimentos permanentes em ações de aprofundamento pedagógico, formação olímpica e incentivo à educação financeira. Além das medalhas e certificados, a OLITEF oferece premiações em títulos do Tesouro Direto para estudantes e premiações para escolas destaque, possibilitando melhorias estruturais e fortalecimento das práticas pedagógicas.

3. OBJETIVO GERAL

Promover a educação financeira entre os estudantes da rede _____ de ensino, preparando-os para a OLITEF, por meio de práticas pedagógicas mais profundas na temática, resolução de problemas, projetos interdisciplinares e formação cidadã voltada ao planejamento financeiro consciente e sustentável.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

São objetivos específicos do projeto:

- estimular o estudo da educação financeira aplicada ao cotidiano;
- preparar os estudantes para participação na edição __ da OLITEF;

- desenvolver habilidades relacionadas ao planejamento financeiro, orçamento, poupança e investimentos;
- incentivar o consumo consciente e responsável;
- fortalecer competências empreendedoras e de autonomia financeira;
- desenvolver raciocínio lógico, interpretação de dados e resolução de problemas, ampliando o desempenho dos estudantes em olimpíadas;
- promover integração entre escola, família e comunidade em torno da educação financeira;
- incentivar o protagonismo juvenil e a tomada de decisões responsáveis;
- estimular a utilização de tecnologias e plataformas educacionais voltadas à educação financeira.

5. INGRESSO

Poderão ingressar no Clube Olímpico de Educação Financeira estudantes devidamente matriculados na rede _____ de ensino, conforme os seguintes níveis: NÍVEL 1: estudantes _____ do Ensino Fundamental/Médio e NÍVEL 2: estudantes _____ do Ensino Fundamental/Médio.

A seleção poderá ocorrer por meio de: avaliação diagnóstica; desempenho escolar; interesse demonstrado pelo estudante; participação em projetos educacionais; resultados em olimpíadas anteriores (promoção automática). Os estudantes classificados além do número de vagas formarão cadastro de reserva. Terão prioridade: estudantes medalhistas da OLITEF; estudantes premiados em olimpíadas educacionais; alunos com destaque em projetos de educação financeira.

6. DOS INTEGRANTES

O Coordenador do Projeto deverá ser, preferencialmente, profissional da área de Matemática e/ou áreas educacionais afins, responsável pela coordenação geral, planejamento, acompanhamento pedagógico e articulação institucional.

O Docente será o professor responsável pelas formações e acompanhamento dos estudantes, desenvolvendo aulas, simulados, oficinas, projetos, desafios e atividades práticas relacionadas à educação financeira e à preparação olímpica.

Os Ingressantes serão alunos regularmente matriculados na rede municipal, participantes dos encontros e das atividades propostas pelo projeto.

7. METODOLOGIA E FUNCIONAMENTO

O projeto funcionará prioritariamente as/aos _____, conforme organização dos níveis mostrados anteriormente. As atividades ocorrerão auditórios/sala de aulas/ambientes educacionais previamente definidos pela _____. A metodologia pode/deverá ser pautada em: aprendizagem baseada em problemas; resolução de situações do cotidiano; gamificação; oficinas práticas; estudos de caso; simulados olímpicos; projetos interdisciplinares; atividades colaborativas e cooperativas; e uso de tecnologias educacionais.

Os conteúdos trabalhados poderão envolver, segundo a plataforma “Aprender Valor”, a partir da Matriz de Competências de Letramento Matemático: orçamento familiar; consumo consciente; planejamento financeiro; investimentos; juros simples e compostos; inflação; empreendedorismo; economia doméstica; cidadania financeira; educação fiscal; matemática financeira; interpretação de gráficos e indicadores econômicos; educação securitária e previdenciária.

Também poderão ser utilizados: jogos matemáticos e financeiros; plataformas digitais; aplicativos educativos; *quiz*; competições internas; rodas de conversa; palestras e produção de projetos estudantis.

8. RECURSOS DIDÁTICOS

Para execução do projeto poderão ser utilizados: livros didáticos e/ou apostilas; materiais da OLITEF; materiais da plataforma Aprender Valor; quadro branco; pincéis e apagadores; notebook com internet; Datashow e/ou tela touch; celulares e tablets; jogos educativos; softwares e plataformas digitais.

9. RECURSOS FINANCEIROS

O projeto poderá contar com recursos próprios da _____ para bolsas de incentivo; aquisição de materiais pedagógicos; impressão de simulados e atividades; apoio logístico; premiações internas; custeio de eventos formativos.

10. AVALIAÇÃO

Os estudantes serão avaliados continuamente, considerando: participação; frequência (em caso de 4 faltas sem justificativa, o aluno deve deixar o projeto); resolução de atividades; desempenho em simulados; engajamento nas oficinas; postura colaborativa; evolução individual; e participação em olimpíadas e projetos desenvolvidos no projeto, bem como na instituição de ensino.

Também poderão ser realizadas: avaliações diagnósticas; avaliações formativas; simulados periódicos; acompanhamento pedagógico individualizado.

11. OUTROS INCREMENTOS

O Clube Olímpico de Educação Financeira poderá possuir nome oficial, lema e escudo (com sugestões do tutor, coordenador e alunos e realização de votação interna); uniforme; mascote e identidade visual própria. Também poderão ser promovidos feiras financeiras; oficinas empreendedoras; desafios interclasses; competições internas; palestras; visitas técnicas; semanas temáticas; e projetos sociais ligados ao consumo consciente e sustentabilidade financeira.

