

FACULDADE TECNOLOGIA SENAC BLUMENAU

063.775.159-01

112.247.659-07

Orientador

052.034.269-0

MAMAPOIO – BAZAR JOVEM APRENDIZ

SUTIÃS PARA MULHERES MASTECTOMIZADAS

BLUMENAU

2015

RESUMO

O presente trabalho desempenha uma ação social, destinada à mulheres que, em consequência do câncer de mama, vivenciaram o traumatismo de uma cirurgia mastectômica. Tendo em vista as implicações nos aspectos físicos, emocionais e sociais provocados pela remoção dos seios, tenciona-se com este projeto o levantamento de recursos financeiros, fadados à confecção de vestimentas (sutiãs e biquínis) que concedam a recuperação da autoestima, bem como a satisfação em benefício do produto, de mulheres acometidas pela neoplasia mamária. Com a finalidade de obter meios financeiros para a produção do indumento, atribuímos a execução de uma venda coordenada, à qual nomeia-se “Bazar Jovem Aprendiz”, comprometendo os jovens aprendizes em cooperativas de crédito e os instrutores na efetuação de uma atividade humanitarista. Completamente sustentável, mostra-se um evento viável econômica, social e ambientalmente benéfico. Desta maneira, é perceptível a relevância em exercer este empreendimento, propiciando benefícios incalculáveis para os jovens envolvidos e para a sociedade que apoia com a compra dos itens comercializados.

Palavras-chaves: Bazar Jovem Aprendiz; Neoplasia mamária; Mastectomia; Apoio Social.

1 INTRODUÇÃO

No Brasil a incidência do câncer de mama vem crescendo e manifestando-se cada vez mais cedo na vida das mulheres. Dados do Instituto Nacional do Câncer – INCA preveem que nesse ano, podem ocorrer aproximadamente 57 mil novos casos de câncer de mama no país. Entre os tratamentos da doença está a mastectomia, um procedimento radical e irreversível no qual a mulher se sujeita a remoção dos seios.

De acordo com o Sistema Único de Saúde – SUS, nos últimos cinco anos, aproximadamente 70 mil brasileiras retiraram a mama devido ao câncer. Apesar de a lei nº 9.797 regulamentar a obrigatoriedade do SUS em realizar a cirurgia plástica reparadora da mama, apenas 10% dessas mulheres conseguem fazer a reconstrução e um dos motivos é a falta de médicos especializados.

A experiência da mastectomia é extremamente delicada, sua repercussão provoca um resultado impactante no estado físico e psicológico da mulher. O tratamento interfere na identidade feminina, fragilizando a autoestima com sentimentos de inferioridade e rejeição. Vivenciar tamanha vicissitude está intimamente atrelado ao modo que a sociedade percebe a identidade de gênero, impondo a capacidade da mulher como própria ao ser feminino.

Sensibilizados em relação à vulnerabilidade da mulher diante do câncer e determinados a contribuir de forma voluntária, apoiando diretamente na melhoria dos aspectos emocionais afetados pelo adoecimento, os aprendizes em cooperativas de crédito da Faculdade de Tecnologia SENAC Blumenau buscaram um meio de ajudar às mulheres acometidas pela neoplasia.

Este projeto abrange uma prática social solidária, partindo da necessidade sentida pelos alunos e professores em intervir e suscitar a transformação da realidade local. A elaboração do mesmo baseia-se na produção de peças íntimas (sutiãs e biquínis) específicas, conforme a necessidade dessas mulheres que encontram dificuldades na aquisição do produto, seja pela insuficiência dos itens no mercado ou pelo seu elevado custo.

De maneira geral, o trabalho consiste num planejamento das atividades para alcançar os objetivos dentro de um orçamento e um período de tempo. Para tanto, conta-se com o imprescindível apoio e comprometimento de todos na realização de uma venda organizada, denominada “Bazar do Jovem Aprendiz”, de peças de

vestuário, doadas pela comunidade, em que o valor arrecadado será atribuído à produção da indumentária.

Para consumir esse propósito, o trabalho entre alunos, comunidade, parceiros e a instituição educacional SENAC é primordial. A execução mostra-se viável econômica, social e ambientalmente adequada, provendo resultados progressivos.

1.1 Caracterização do problema

A mastectomia é o tratamento mais utilizado para o câncer de mama e o mais temido entre as mulheres, visto que o procedimento, indefinidamente traumático, implica a retirada dos seios, um dos principais símbolos de identidade feminina. A perda total ou parcial da mama acarreta em uma série de complicações físicas, sociais e psicológicas que atrapalham na qualidade de vida.

De acordo com a lei nº 9.797 (1999), “cabe ao Sistema Único de Saúde – SUS, por meio de sua rede de unidades públicas ou conveniadas prestar serviço da cirurgia plástica reconstrutiva de mama prevista no artigo 1, utilizando-se de todos os meios e técnicas necessárias”, no entanto, 90% dessas mulheres não conseguem fazer a reconstrução da mama. Isso se deve à insuficiência de profissionais especializados, más condições técnicas e por estas não proverem de recursos financeiros para realizar a operação em redes privadas.

Como se não bastasse o agravante da enfermidade e todas as suas repercussões, as mulheres ainda defrontam-se com um novo obstáculo: a dificuldade em encontrar sutiãs inerentes no mercado. Por conseguinte, algumas recorrem à artifícios improvisados, extremamente desconfortáveis e fora do comum, no intento de reintegrar sua identidade feminina. A utilização do sutiã com prótese é aconselhado por médicos a fim de obstar problemas de coluna que, devida à ausência da mama, acarretam na debilidade dos ombros que podem ficar caídos.

Conceder esse produto de forma solidária proporcionaria a melhoria da autoestima e a percepção de identidade dessas mulheres bem como sua reinserção social. Da mesma forma que conscientizar alunos e comunidade, atentaria sobre a importância da prevenção e o tratamento do câncer de mama.

1.2 Objetivos e metas

Este projeto tem como finalidade a produção de peças íntimas (sutiãs e biquínis) específicas às mulheres que se submeteram à mastectomia, disponibilizando o produto solidariamente, no intuito de auxiliá-las em suas tarefas cotidianas e apoiá-las emocionalmente, revigorando sua autoestima.

Considerando esse desígnio, é preciso levantar recursos necessários para consumá-lo, portanto, aplica-se a prática do Bazar do Jovem Aprendiz, sendo indispensável executar as ações prescritas:

- Viabilizar a arrecadação de roupas, acessórios e calçados;
- Divulgar o local e sua finalidade;
- Promover a logística comercial;
- Comercializar as mercadorias;
- Analisar os resultados;
- Por fim, empreender a elaboração da indumentária, mediante os subsídios obtidos.

Cogitando a efetiva ação do bazar, estabeleceu-se a meta inicial de arrecadações de dois mil itens, por conseguinte, aproximadamente R\$ 5.000,00 de obtenção nas vendas. Cada sutiã custa cerca de R\$25,00 (um valor significativamente inferior relacionado ao preço comercial, que obteve-se a partir de parcerias), considerando o montante previsto à ser alcançado, seria possível a confecção de duzentas peças, propiciando dessa forma, quarenta mulheres beneficiadas com cinco unidades.

1.3 Justificativa

Conforme apresentado anteriormente, as adversidades correspondentes ao câncer de mama, desencadeiam uma série de consequências no âmbito pessoal e social. Na análise de pesquisas e estudos, foi constatado a dificuldade sentida por mulheres mastectomizadas em adquirir peças íntimas adequadas às suas necessidades, seja pela falta destes itens no mercado ou por seus elevados custos. Deste modo, destaca-se a relevância na doação da indumentária para dar apoio emocional, concedendo assistência na imagem corporal e qualidade de vida.

Esse projeto beneficiará a comunidade de forma abrangente, em pequenas e grandes ações, exigindo responsabilidade, comprometimento, respeito e cooperação dos jovens aprendizes. Aplicar as habilidades e conhecimentos adquiridos durante o curso, para exercerem práticas sociais solidárias, é fundamental na formação de cidadãos conscientes, favorecendo diretamente no crescimento pessoal e profissional.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Apresenta-se a seguir o embasamento teórico utilizado como fundamentação para o nosso projeto, abordando: consequências da mastectomia na vida da mulher, a importância da ação social realizada pelos jovens, marketing social e a sustentabilidade do projeto.

2.1 Fatores psicológicos e sociais relacionados ao câncer de mama

Conforme apresentam as informações do INCA (2015), o câncer de mama é a neoplasia mais frequente entre as mulheres e corresponde a 25% dos casos de câncer. A promoção de uma pesquisa descritiva concretizada por universitários no Departamento de Ciências Naturais na Universidade Regional de Blumenau, possibilitou a obtenção de informações sobre 70 mulheres frequentadoras da Rede Feminina de Combate ao Câncer de Mama de Blumenau. Na análise desta pesquisa, constatou-se que, destas 70 mulheres, 64 executaram a mastectomia total ou parcial, o que evidencia as adversidades do tumor (AMORIM; SIQUEIRA, 2014).

A remoção da mama em decorrência do abcesso, apresenta resultados assoladores relacionados aos aspectos sociais e psicológicos, que afetam significativamente a qualidade de vida das mulheres acometidas pela enfermidade. “Para algumas a preocupação se dá pela percepção da assimetria do corpo e pela visibilidade da cirurgia” (FERREIRA; MAMEDE, 2003, p. 302), uma vez que o seio “é um símbolo importante de feminilidade, sexualidade, erotismo, maternidade e outros” (DUARTE; ANDRADE, 2002, p. 155).

Posterior ao recebimento do diagnóstico do tumor, a mulher e sua família têm como preocupação a sobrevivência. Subseqüentemente, o tratamento, as condições

financeiras e a aflição com a mutilação são outros fatores apreensivos que trazem consequências para a vida da mulher (SILVA, 2008).

A seguir, sobrevém o depoimento de três mulheres mastectomizadas:

“Então, a primeira reação é essa, você fica até um pouco revoltada. E passa todo um questionamento de como foi a sua vida. [...]. Parece que você está marcado para morrer, bem antes do que você imaginava”. (DUARTE; ANDRADE, 2002, pg.159).

“Sou outra mais revoltada, minha maneira de ser não é mais como antes, eu me irrita à toa. Essa cirurgia abalou a minha estrutura emocional, até hoje me sinto nervosa, tensa, irritada, não sou mais como antes. [...]”. (DUARTE; ANDRADE, 2002, pg.160).

“Tem um peito, o outro não tem. Não dá para você olhar no espelho, entendeu? Tomava banho sem ficar me olhando muito porque eu estava sem peito, eu não me olhava muito “. (DUARTE; ANDRADE, 2002, pg.160).

Claramente, percebe-se que estas mulheres enfrentam situações adversas no dia a dia. A experiência comove e abala não somente as mulheres diagnosticadas, mas também, seus familiares e amigos.

2.2 Apoio social

A contribuição coletiva é uma das variáveis mediadoras na qualidade de vida de muitas pessoas. Notavelmente é um ofício de predomínio comunitário, sem remuneração, em razão de o voluntário auxiliar quem carece, colaborando no sentido de proporcionar um mundo mais respeitável e compassível.

“O voluntariado que nasce do encontro da solidariedade com a cidadania, não substitui o Estado, nem compete com o trabalho remunerado, mas exprime isto sim, da capacidade de a sociedade de assumir responsabilidades e agir por si mesma” (Ruth Cardoso). Dessa forma, compreende-se que, como cidadãos, temos a condição

de desempenhar feitos solidários, responsabilizando-nos e reconhecendo nossos direitos e deveres.

Para Davis e Newstrom (2002), preceitos sociais denominados de organizações, tendo um uso adequado, favorecem a sociedade. A abordagem dos autores em relação à conduta que o indivíduo deve conservar, ilustra o quão influente é o esforço recíproco, predominando a progressão cultural e intelectual da sociedade. O fragmento abaixo enfatiza o que os autores tencionam esclarecer:

A sociedade deve compreender as organizações e fazer delas um uso adequado porque são necessárias para que se atinjam os benefícios da civilização. Elas são necessárias para a paz mundial, para o sucesso do sistema de ensino, bem como para outros objetivos benéficos que as pessoas perseguem (DAVIS, K.; NEWSTROM, J, 2002, p. 4)

Por essa razão, escolheu-se as classes de aprendizagem para a execução desse evento, uma vez que já apresentam aptidão para concretizar ações voluntárias, por meio da ponderação e princípios morais. A incitação sobre os jovens estimulando-os à participação em ações sociais, suscitando a equidade, para que desempenhem seus direitos e deveres de cidadão, é precípua a fim de que posteriores gerações possam progredir.

“Sem a participação coletiva, criadora, crítica e permanente não é possível, a nosso ver, descobrir as questões essenciais nem as respostas adequadas que permitirão construir uma sociedade mais justa, mais livre e mais solidária”. (FAUNDEZ, apud ALMEIDA; CARESTIATO; SERRÃO, 2012, p.58)

2.3 Marketing social

“O objetivo do marketing social é criar uma imagem positiva da empresa na mente do consumidor, através de ações construtivas à sociedade e o comportamento ético, derrubando assim, barreiras pré-existentes” (NEVES, 2000, p.17). O marketing social emprega metodologias administrativas contemporâneas, destinando-se a satisfação da sociedade. Esse gerenciamento estratégico idealiza uma transformação igualitária, por meio de posturas e métodos inovadores, orientadas por princípios éticos fundamentados nos direitos humanos.

Dessa forma, pode-se determinar que marketing social é um composto de conhecimentos fundamentais, destinado à profissionais de inúmeras áreas e concerne a todos que fornecem recursos financeiros, serviços, patrimônios, pessoas, lugares, eventos, dados/informações, ideologias ou negócios. A título de exemplo, é o Sistema CECRED, que dispõe de uma numerosa sucessão de cursos, palestras e informativos. Por meio do PROGRID, destina-se à educação e informação da comunidade relativo ao quesito do meio ambiente, finanças pessoais, gestão de tempo, dependência química, etc.

2.4 Sustentabilidade

O desenvolvimento sustentável dispõe da aplicação de um conjunto de ações coletivas em um pequeno corpo social até se distribuir por todo o planeta. Para obter-se de fato um progresso sustentável, não se deve empregar componentes que ocasionem riscos ao meio ambiente. Portanto, são necessários empreendimentos que promovam os seguintes princípios: Conservação ambiental; Viabilidade econômica; Sociedade igualitária; Subsistência de culturas diversas.

“Desenvolvimento sustentável é aquele que melhora a qualidade da vida do homem na Terra ao mesmo tempo em que respeita a capacidade de produção dos ecossistemas nos quais vivemos”. (MIKHAILOVA, 2004, p.26).

Correlacionando esses princípios aos procedimentos exercidos na dinâmica deste projeto, certificou-se a sustentação do mesmo, seja por meio do reaproveitamento de artigos de consumo, que seriam descartados de forma inadequada, destinando-os a comercialização por preços expressivamente diminutos, oportunizando todas classes sociais, sobretudo pessoas economicamente desfavorecidas, a adquirirem estes produtos. Por conseguinte, o montante auferido destina-se a suprir as atuais necessidades, que envolve o progredimento social, assegurando o respeito entre a comunidade a fim de que participem na resolução de seus futuros.

“É preciso resgatar e construir um conjunto de ações e reflexões que propicie atitudes compromissadas com outro paradigma de sociedade e organização social, apontado para a importância do sentido de pertencimento, participação e responsabilidade”. (SORRENTINO, 2004 apud PEREIRA, 2011, p.4).

3 DESENVOLVIMENTO

Subsequente, apresenta-se as etapas e os procedimentos para a execução do Bazar Jovem Aprendiz e os resultados obtidos nas vendas.

3.1 Métodos e procedimentos

A metodologia aplicada para a produção do indumento, tem como alicerce a execução de uma venda sistematizada de peças de vestuário à qual nomeia-se “Bazar do Jovem Aprendiz”. Para a consumação do projeto, conta-se com o amparo de um professor, a coordenadora do eixo de aprendizagem do SENAC Blumenau e o desempenho dos aprendizes em cooperativas de crédito.

A iniciação do planejamento se dá através da divulgação do evento, por meio de uma equipe encarregada da criação de banners, folders e cartazes, distribuídos em instituições de ensino, postos de atendimentos da cooperativa e compartilhados em redes sociais. Para maior divulgação, conseguiu-se no ano de 2014, o apoio de duas redes de televisão da cidade, fornecendo suporte ao evento, comunicando o empreendimento dos jovens aprendizes e os valores a serem conquistados. Subsequente está o recebimento da doação de roupas, calçados e acessórios arrecadados na comunidade por meio dos jovens aprendizes. Posterior à etapa de recolhimento, os estudantes são responsabilizados de selecionar os itens adequados à comercialização, estabelecendo seus preços.

O processo de reaproveitamento de produtos usados viabiliza a utilização adequada dos mesmos, apreendendo o objetivo da logística reversa (cuidado com o meio ambiente), além de minimizar o consumismo imoderado percebidos atualmente e propiciar a aquisição adequada às pessoas com dificuldades financeiras que carecem destes artigos.

3.2 Participantes

Os cursos constituintes do evento, realizado no ano de 2014, foram: aprendizagem em serviços de cooperativas de crédito, aprendizagem profissional comercial em serviços administrativos, aprendizagem profissional comercial em serviços de vendas e aprendizagem profissional comercial em serviços de

supermercados. Utilizando as seguintes unidades curriculares: Promoção de Trabalho em Equipe, Marketing Pessoal, Comunicação e Expressão, Noções de Contabilidade, Noções de Recursos

Humanos, Conceito de Logística, Organização do Processo de Trabalho, Serviços e Práticas Financeiras, Princípios dos Processos de Vendas, Atendimento ao Cliente Interno e Externo, Rotinas de Reposição de Produtos e Educação Ambiental. Proporcionando, dessa forma, o aprimoramento dos conhecimentos obtidos em sala de aula através da prática.

Para a produção das peças, contamos com os parceiros Sistema CECRED, RIC Record, Arte Visual, Rose Bazar, Boni Embalagens, modelo e manequim Neusa, SENAC e Rala Moça.

3.3 Vendas

Com a finalidade de favorecer e atingir um amplo número de clientes, os valores atribuídos aos itens foram de R\$ 2,00, R\$ 5,00 e R\$10,00, assegurando-se dessa maneira a condição oportuna de todas as classes sociais adquirirem estes produtos. As operações de caixa são executadas através de poucos alunos com a supervisão do instrutor. Os demais são incumbidos de organizar o estabelecimento, receber os compradores de maneira cordial e predisposta, auxiliando-os e concedendo a atenção necessária.

3.4 Custos do projeto

Para o empreendimento do projeto não houveram custos, visto que todos os artigos vendidos foram coletados na comunidade, o estabelecimento (estacionamento da instituição SENAC) e todos os utensílios (mesas, cadeiras e materiais de decoração) utilizados na organização da venda, foram propiciados pelo SENAC. Em relação aos dispêndios para a confecção dos sutiãs, com o preço de R\$ 25,00 a unidade, aplicou-se o montante auferido nas vendas.

3.5 Resultados obtidos

Por meio da dedicação correspondente, conseguiu-se parceiros para a elaboração do protótipo das peças íntimas e, ainda, o êxito na comercialização, que possibilitou ir além das expectativas. Na análise dos resultados obtidos no ano de 2014, esperava-se a arrecadação de dois mil itens, entretanto, ultrapassou-se o prenunciado, com a obtenção de cinco mil peças de vestuário, auferindo o valor de R\$9.600,00 em vendas.

Através da contribuição de duas estilistas da loja Rala Moça, o projeto deu-se apresentado no papel e na concepção de um protótipo, ao preço de R\$ 25,00, notavelmente diminuto relacionado ao mercado. Juntamente, obteve-se o amparo de uma modelo mastectomizada, que esclareceu a real necessidade apropriada à criação de um sutiã qualificado, que proporcionasse conforto e bem-estar, ao mesmo que, favorecesse à estética e beleza da mulher mastectomizada.

Do valor auferido nas vendas, destinou-se R\$ 5.000,00 à confecção da vestimenta e o restante para auxílio e contribuição às outras pessoas que carecem de ajuda. Dessa forma, concretizando as metas muito além do esperado, alcançou-se o necessário para reverter na compra de duzentas peças, possibilitando beneficiar quarenta mulheres.

Figura 1– Bazar Jovem Aprendiz edição 2015



Fonte: Elaborado pelos autores (2015).

Figura 2 – Biquíni para mulher mastectomizada



Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

4 CONCLUSÃO

Baseado em realizações anteriores, é explícito que a consolidação e o desenvolvimento progressivo do Bazar do Jovem Aprendiz ocorre por meio da predisposição e aptidão dos envolvidos. Evidentemente a participação dos jovens aprendizes juntamente à assessoria dos instrutores é excepcional na suscitação desse projeto.

Considerando o desígnio central, deparamo-nos com a complicação em obter fornecedores para a elaboração dos protótipos das peças íntimas. Não obstante, através da dedicação recíproca, conseguiu-se êxito na comercialização dos itens e parceiros para a concepção dos modelos.

Conclui-se que o empreendimento desse evento é inteiramente exequível e parcimonioso. É perceptível que a correlação e solidariedade de todos os comprometidos suscitou resultados que superaram as expectativas.

“É fundamental diminuir a distância entre o que se diz e o que se faz, de tal forma que, num dado momento, a tua fala seja a tua prática” - Paulo Freire.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Aline; CARESTIATO, Andréa; SERRÃO, Mônica. **Sustentabilidade: Uma questão de todos nós**. 1. ed. Editora Senac, 2012.

AMORIM, Mary Anne Pasta; SIQUEIRA, Keila Zaniboni. Relação entre vivência de fatores estressantes e surgimento de câncer de mama. **Psicologia Argumento**, Curitiba, v. 32, n. 79, p. 143-153, out./dez. 2014. Disponível em: <<http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/pa?dd1=14816&dd99=view&dd98=pb>>. Acesso em: 16 jul. 2015.

BRASIL. Lei 9.797, de 6 de maio de 1999. Dispõe sobre a obrigatoriedade da cirurgia plástica reparadora da mama pela rede de unidades integrantes do Sistema Único de Saúde – SUS nos casos de mutilação decorrentes de tratamento de câncer. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 7 maio 1999. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9797.htm>. Acesso em: 13 jul. 2015.

DAVIS, K; NEWSTROM, J. **Comportamento humano no trabalho: uma Abordagem Psicológica**. São Paulo: Pioneira, 2002.

DUARTE, Tânia Pires; ANDRADE, Ângela Nobre de. Enfrentando a mastectomia: análise dos relatos de mulheres mastectomizadas sobre questões ligadas à sexualidade. **Estudos de Psicologia**, Natal, v. 8, n.1, p. 155-163, jan. /abr. 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/epsic/v8n1/17245>>. Acesso em: 18 jul. 2015.

INSTITUTO NACIONAL DO CÂNCER. **Tipos de câncer – mama**. Disponível em: <<http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/tiposdecancer/site/home/mama>>. Acesso em: 13 jul. 2015.

INSTITUTO ONCOGUIA. **Principais Dados Estatísticos sobre o Câncer de Mama**. Equipe Oncoguia. Disponível em: <<http://www.oncoguia.org.br/conteudo/principais-dados-estatisticos-sobre-o-cancerde-mama/6562/34/>>. Acesso em: 14 jul.2015.

MIKHAILOVA, Irina. Sustentabilidade: evolução dos conceitos teóricos e os problemas da mensuração prática. **Revista Economia e Desenvolvimento**, [S. i.], n.16, p. 22-41, 2004. Disponível em: <http://w3.ufsm.br/depcie/arquivos/artigo/ii_Sustentabilidade.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2015.

NEVES, Márcia. **Marketing Social no Brasil**. E-papers, Rio de Janeiro, 2000.

PEREIRA, Uhênia Caetano. **Sustentabilidade: da teoria à prática – por uma educação ambiental transformadora**. 2011. Projeto de pesquisa – Universidade Federal de Goiânia, Goiânia. Disponível em: <https://nupeat.iesa.ufg.br/up/52/o/34_Sustentabilidade.pdf>. Acesso em: 1 out. 2015.

SILVA, Lucia Cecilia. Câncer de mama e sofrimento psicológico: aspectos relacionados ao feminino. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v.13, n.2, abr./jun. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v13n2/a05v13n2>>. Acesso em: 18 jul. 2015.