

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza  
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL “LAURO GOMES”

Técnico em Logística

**Aline Torrisi Moura**  
**Andressa Sofia Rodrigues Oliveira**  
**Francisca Teresa Gomes Rodrigues**  
**Lucas de Jesus**  
**Lucas Ryan Calumby Albuquerque**  
**Patricia Faria Manueira**  
**Quezia Miranda**  
**Rebeca Cristina de Oliveira Simas**

**GESTÃO DE MARKETING: O DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO  
TECNOLÓGICA VOLTADA PARA A MEIA E TERCEIRA IDADE**

**São Bernardo do Campo 2020**

Aline Torrisi Moura  
Andressa Sofia Rodrigues Oliveira  
Francisca Teresa Gomes Rodrigues  
Lucas de Jesus  
Lucas Ryan Calumby Albuquerque  
Patricia Faria Manueira  
Quezia Miranda  
Rebeca Cristina de Oliveira Simas

Gestão de Marketing: O desenvolvimento da educação tecnológica voltada para a meia e terceira idade.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como pré-requisito para obtenção do Diploma de Técnico em Administração, orientado pela professora Shirley Alonso.

Aline Torrisi Moura  
Andressa Sofia Rodrigues Oliveira  
Francisca Teresa Gomes Rodrigues  
Lucas de Jesus  
Lucas Ryan Calumby Albuquerque  
Patricia Faria Manueira  
Quezia Miranda  
Rebeca Cristina de Oliveira Simas

## **GESTÃO DE MARKETING: O DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA VOLTADA PARA A MEIA E TERCEIRA IDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como pré-requisito para  
obtenção do Certificado de Técnico  
em Administração.

Aprovação em: \*\*/\*\*/2020

---

Prof.(a).  
Etec Lauro Gomes  
Orientador(a)

## DEDICATÓRIA

A todos os professores que nos acompanharam e nos ajudaram durante este período de aprendizado. Em especial a Deus, pois sem ele nada seria possível.

## AGRADECIMENTOS

A Deus por ter nos dado saúde e força para superar todas as dificuldades.

Aos nossos familiares que sempre estiveram com a gente nos apoiando e nos encorajando.

A todos os membros deste grupo que se esforçaram ao máximo para poder concluir este trabalho.

## EPIÍGRAFE

“A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre aquilo que todo mundo vê.” (Arthur Schopenhauer)

## RESUMO

O presente trabalho tem como tema a Inserção da tecnologia à meia e terceira idade. Onde o objetivo central da pesquisa é investigar as formas educativas já existentes, buscando entender melhor o mercado para esse tipo de projeto. Entende-se que para pessoas da meia e terceira idade esse se trata de um conhecimento necessário para ressocialização, visto que os mesmos vêm cada vez mais sendo excluídos por não dominarem ou não serem adeptos do uso de novas tecnologias. A escolha deste tema surgiu inicialmente baseada no fato de que mundialmente a população vem envelhecendo e isso significa o aumento de um público alvo com necessidades a serem atendidas. Porém, a chegada da pandemia de Covid-19 anulou o critério determinante inicial, visto que nosso público alvo tem sido o mais afetado pela mesma, levando grande parte a óbito, ou seja, houve diminuição significativa de tais faixas etárias. Entretanto, o cenário de pandemia juntamente com as medidas tomadas para contê-la, trouxe a confirmação do quão importante é o tema escolhido, pois agora mais do que nunca é de extrema importância saber fazer uso da tecnologia. Afinal, o que antes era usado na maior parte do tempo e pela grande maioria apenas para lazer, atualmente é recurso determinante para manter-se seguro, sem ter que deixar de trabalhar, estudar e/ou estar com quem se ama, ainda que virtualmente. Porém, conclui-se que essa não é uma tarefa fácil para o grupo da média e terceira idade, visto que eles não dominam tais tecnologias.

**Palavras- chaves:** Tecnologia, Ensino, aprendizagem, Faixas etárias e Pandemia.

## **ABSTRACT**

The present work has as its theme the insertion of technology for middle age and old age. Where the main objective of the research is to investigate the existing educational forms, seeking to better understand the market for this type of project. It is understood that, for people of middle and third age, this is a necessary knowledge for re-socialization, since they are being increasingly excluded for not dominating or not being adept at using new technologies. The choice of this theme was initially based on the fact that the population is aging and that means the increase of a target audience with needs to be met. However, the arrival of the Covid-19 pandemic canceled the initial determining criterion, since our target audience was most affected by it, leading to a large part of death, that is, there was a significant decrease in these age groups. However, the pandemic scenario, together with the measures taken to contain it, brought confirmation of how important the chosen theme is, since now, more than ever, it is extremely important to know how to use the technology. After all, what used to be used most of the time and the vast majority just for leisure, is currently an essential resource to keep yourself safe, without having to stop working, studying and / or being with the one you love, even if virtually. However, it is concluded that this is not an easy task for the middle and senior age groups, as they do not master these technologies.

Keywords: Technology, Teaching, Learning, Age groups and Pandemic.





## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	09
2 ANALISE PESTEL.....	12
2.1 Político.....	12
2.1.1 Variável “Atual situação” .....	12
2.1.2 Variável “Mudança” .....	12
2.1.3 Variável “Opinião de políticos” .....	13
2.1.4 Econômico.....	14
2.1.5 Variável “Taxas” .....	14
2.1.6 Social.....	14
2.1.7 Variável “Analfabetismo” .....	14
2.1.8 Variável “Crenças” .....	15
2.1.9 Variável “Pandemia” .....	15
2.1.10 Tecnológico.....	16
2.1.11 Variável “Uso da tecnologia” .....	16
2.1.12 Ecológico.....	16
2.1.13 Variável “Sustentabilidade” .....	16
2.1.14 Variável “Pandemia” .....	17
2.1.15 Legal.....	17
2.1.16 Variável “Medidas provisórias” .....	17
2.1.17 Variável “economia” .....	18
2.1.18 Variável “Isolamento” .....	18
3 PLANO DE NEGÓCIOS – MODELO CANVAS.....	20
3.1 Proposta de Valor.....	20
3.2 Segmento de clientes.....	21
3.3 Canais .....	21
3.4 Relacionamento com Clientes.....	22
3.5 Fontes de receita.....	22
3.6 Recursos Principais.....	23
3.7 Atividades Principais.....	23
3.7.1 Recursos essenciais.....	24
3.7.2 Recursos de comunicação e redes sociais.....	24
3.7.3 Recursos de pagamento e locomoção.....	25

3.7.4 Recursos que sejam de maior necessidade dos alunos.....	25
3.8 Principais Parcerias.....	25
3.9 Estrutura de Custos.....	26
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	28
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	30
APÊNDICES.....	31



## 1. INTRODUÇÃO

Sabe - se que até alguns meses atrás o cenário mundial não era o mesmo que atualmente. Na grande maioria dos países inclusive no Brasil a expectativa de vida vinha crescendo cada vez mais, fazendo com que o número de pessoas entre a meia e a terceira idade aumentasse bastante, se comparado com anos anteriores. Porém houve uma mudança radical nessa situação com a pandemia do Covid-19, onde o maior grupo de risco está dentro dessa faixa etária.

Outro fator que se destacou com a pandemia, e se fez ainda mais essencial, foi a área tecnológica. Sem ela seria impossível manter uma comunicação tão efetiva entre as pessoas, e também entre os governos e meios de comunicação de massa.

A tecnologia já vem em uma crescente constante a cada ano, e já se mostrava um item quase que indispensável na vida das pessoas, porém nesse cenário mostrou ainda mais o quanto é importante para mundo, e que sem ela tudo se tornaria muito mais complicado e retrógrado.

Entende-se que o mundo tecnológico sempre foi um desafio maior para as pessoas da meia e terceira idade, que encontram maiores dificuldades para manusear os equipamentos smartphones e também para encontrar pessoas com tempo e paciência para ensiná-las a mexer nos aplicativos.

Hoje mais do que nunca, provou-se o quanto esse público precisa saber lidar bem com as tecnologias, pois em casos como o que estamos passando, em isolamento social, e ainda mais fazendo parte do grupo de risco, precisam das facilidades tecnológicas para efetuarem pagamentos e compras online, e também para se comunicarem com familiares e amigos, sem correrem maiores riscos. Além disso mesmo fora da pandemia o grupo da meia e terceira idade, também precisa estar atualizado, e ser agregado a sociedade tecnológica, pois esse é o futuro do mundo.

Pensando em todas as situações atuais o grupo tem como objetivo principal inserir este público definitivamente ao mundo tecnológico, tornando-os cada vez mais atualizados e independentes.

É necessário apresentar esse novo universo a este público, mostrando a utilidade e funcionalidade da internet e dos aplicativos e demonstrar o quanto são importantes nos dias atuais, mas também é necessário entender as suas necessidades e dificuldades para assim criar um método de ensino adequado e diferenciado.

No curso de administração reflete muito sobre a evolução que o mundo passou, desde a evolução industrial, por exemplo, até os dias atuais, que passa por uma evolução tecnológica. Observa-se o quanto isso muda o cenário mundial e o mercado de trabalho. Além disso, é visto em aulas de ética, a importância da empatia e do pensar no próximo. Sendo assim, identifica-se as dificuldades que a meia e a terceira idade enfrentam para se inserir na sociedade, e até mesmo no mercado de trabalho, devido à falta de conhecimento tecnológico, o que faz com que se isolem ou tenham dificuldades de interação.

Este estudo de conclusão de curso tem a intenção de criar C.I.T. (Centro de Inserção a Tecnologia). No C.I.T. as pessoas de meia e terceira idade terão aulas práticas sobre internet, aplicativos e funcionalidade básicas de smartphones. As aulas terão métodos diferenciados e voltados para esse público e suas necessidades específicas.

O projeto vem para atender esta nova demanda e inovar com o atendimento específico e exclusivo para meia e terceira idade.

A intenção é criar o interesse do público em questão e mostrar o quanto o curso pode fazer diferença no seu dia a dia, tanto para o lazer, como para suas necessidades profissionais, facilitando sua rotina.

Para a Metodologia da Pesquisa Científica utilizou-se a elaboração de um formulário quantitativo, contendo cinco perguntas fechadas, para medir o interesse

que o público alvo teria no projeto, e entender suas principais necessidades. A aplicação do questionário realizou-se através da plataforma Google Forms, com pessoas que poderiam obter interesse em fazer o curso, ou com pessoas que conhecessem alguém com esse interesse. Após a obtenção dos resultados, realizou-se uma análise de cenário, e a criação de um plano de negócios.

O autor utilizado na pesquisa bibliográfica para o desenvolvimento do projeto, e que moldou os principais pilares do mesmo, foi Philip Kotler.

Diante disso, o estudo destina-se a responder a situação problema: Como medir qual o nível de interesse do público alvo com relação ao Curso, Treinamento e Capacitação?

## DESENVOLVIMENTO/CONTEÚDO DO TRABALHO

### 2. ANÁLISE PESTEL

**Apresenta-se neste capítulo uma análise do ambiente no mercado brasileiro, no momento da Pandemia.**

#### 2.1 Político

Averiguação de variáveis no cenário político, econômico, social, tecnológico, ecológico e legal, de acordo com informações de site de notícias.

**2.1.1 “Variável “Atual situação”,** Temática: Atual situação com a pandemia do covid-19.

**Análise:** Em meio à pandemia da Covid-19, centenas de milhões de pessoas em todo o mundo e as economias de mais de 190 países tentam adaptar-se à realidade atual e frear as ameaças de recessão. As orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS) sobre o assunto são objetivas: para conter o avanço da doença é preciso promover o isolamento social e reforçar os hábitos de higiene.

No Brasil, a propagação do novo corona vírus ampliou também o acirramento político entre a União, os Estados e os municípios; e a situação e a oposição; especialmente após controversos pronunciamentos realizados pela Presidência da República. Ocorre que, se já não bastassem o ineditismo e a gravidade da enfermidade amplamente disseminada, brasileiras e brasileiros precisam lidar com a instabilidade política num país marcado por extremas desigualdades de raça, classe, gênero, acesso à saúde, dentre outras. -

**2.1.2 “Variável “Mudança”,** Temática: Governo faz troca no Ministério da Saúde.

**Análise:** O presidente da república, Jair Bolsonaro faz uma mudança de comando no Ministério da Saúde em plena pandemia, trocando Luiz Henrique Mandetta do cargo de ministro da Saúde, após um mês de embates sobre a melhor estratégia para o enfrentamento da pandemia de corona vírus. Para o lugar dele, foi escolhido o oncologista e empresário Nelson Luiz Sperle Teich, que foi consultor informal de Bolsonaro para área de saúde durante a eleição de 2018. Segundo a cientista

política Maria Hermínia Tavares, que é professora aposentada da USP e pesquisadora do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento, esta troca de comando no Ministério da Saúde no meio da pandemia terá um "custo alto" para o país no enfrentamento da doença. Ela ressalta que atuação de Mandetta tinha 76% de aprovação popular, segundo uma pesquisa do início de abril do Instituto Datafolha, mostrando que sua demissão também terá "custo político" para Bolsonaro. E segundo a mesma pesquisa, apontou aumento do índice de reprovação do presidente, de 33% para 39%, enquanto o percentual de brasileiros que avaliam seu trabalho como ótimo ou bom oscilou de 35% para 33%.

**2.1.3 “Variável “Opinião de políticos”**, Temática: Opiniões de políticos em relação ao posicionamento do atual presidente sobre a crise.

**Análise:** Muitos políticos andam criticando as últimas falas do presidente Bolsonaro sobre a pandemia do Covid-19. Em Brasília, houve momento em que Jair Bolsonaro se referiu a pandemia como uma “gripezinha” após ser questionado sobre sua saúde. Em entrevista na porta do Palácio da Alvorada, o presidente foi questionado sobre o número de mortes que o país teve que acabou superando o da China, país de origem do vírus e afirmou: “E daí? Lamento. Quer que eu faça o quê? Eu sou Messias, mas não faço milagre”.

Governadores se posicionaram sobre o assunto, Flávio Dino (PC do B), governador do Maranhão - "Pedir a Bolsonaro para realmente governar é pedir um milagre? Não queremos 'milagres', queremos apenas que ele pare de criar confusão política e de minimizar mortes e tragédias. Ou seja, queremos apenas que ele assuma os seus deveres diante de uma gravíssima pandemia nacional."

João Doria (PSDB), governador de São Paulo -" essa é a resposta do “Fazer o quê?”: é fazer aquilo que o senhor não fez. Começando por respeitar os brasileiros, os brasileiros que o elegeram presidente da República e os que não o elegeram também, respeitando pais, mães, avós, parentes e amigos que perderam as suas vidas no Brasil até ontem pelo corona vírus." Parlamentares também não deixaram de comentar, Joice Hasselmann (PSL-SP), deputada federal - "E daí, presidente? É muita falta de humanidade e de amor pelos brasileiros." Major Olímpio (SP), líder do PSL no Senado - "Ninguém espera por milagres, mas o que cada brasileiro espera de fato de cada um de nós que tem a responsabilidade pública é que haja um



comprometimento cada vez maior, um trabalho cada vez mais intenso para diminuir o número de mortes e minimizar os efeitos dessa pandemia. É a nossa obrigação."

#### **2.1.4 Econômico**

**2.1.5 “Variável “Taxas”**, Temática: Taxa de desemprego, PIB, taxas de juros.

**Análise:** - O Ministério da Economia estima que houve um aumento de 150 mil pessoas desempregadas no país entre março e a primeira quinzena de abril deste ano, em relação ao mesmo período de 2019, em razão da crise causada pelas medidas de enfrentamento ao novo corona vírus (covid-19) no Brasil.

O Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro vai sofrer “algum impacto” do alastramento do novo corona vírus (Covid-19), mas será preciso aguardar a divulgação de novos indicadores para conhecê-los, segundo a coordenadora de Contas Nacionais do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Rebeca Palis. A consultoria Capital Economics divulgou um corte de 1,5% para 1,3% na projeção de crescimento brasileira. O Goldman Sachs também cortou a estimativa de 2,2% para 1,5%, o secretário de Política Econômica do Ministério da Economia, Adolfo Sachsida, indicou que o número oficial não ficará abaixo de 2%.

O Projeto de Lei 688/20 limita temporariamente os juros do cartão de crédito à taxa básica de juros da economia (Selic). Se aprovada, a medida valerá enquanto durarem os efeitos da pandemia do novo corona vírus. Temos também uma ação com pedido de antecipação de tutela (liminar) impetrada no Supremo Tribunal Federal (STF) busca suspender a cobrança de juros por parte dos bancos, públicos e privados, durante 180 dias, ou enquanto durar a pandemia do novo corona vírus.

#### **2.1.6 Social**

**2.1.7 “Variável “Analfabetismo”** Temática: O público alvo possui um percentual elevado de analfabetismo, o que dificulta o processo de ensino aprendizagem.

**Análise:** A pesquisa constatou existência de relação direta do analfabetismo com a idade. “O caráter estrutural desse indicador, ou seja, a taxa de analfabetismo,

mesmo em queda, persiste mais alta para as idades mais avançadas. Em 2017, entre as pessoas com 60 anos ou mais, a taxa foi 19,3%, 1,1 ponto percentual menor do que em 2016 (20,4%)", informou o IBGE.

Na Região Nordeste, 38,6% da população de 60 anos ou mais não sabiam ler ou escrever um bilhete simples, taxa quatro vezes maior que a do Sudeste para o mesmo grupo etário, que foi de 10,6% em 2017.

#### **2.1.8 “Variável “Crenças”, Temática: Crenças limitantes.**

**Análise:** As crenças limitantes são uma espécie de desculpa para não fazer o que você realmente gostaria, por exemplo “É tarde demais para começar” ou “Não tenho as qualificações necessárias para fazer isso”.

Uma coisa importante é perceber que muitas vezes essas crenças são impostas a nós pela sociedade ou apenas coisas da nossa cabeça, que não condizem de fato com a realidade.

Cada um tem uma opinião formada sobre este assunto. Em geral, quem usa defende e quem não usa é contra.

Os mais velhos dizem: “a tecnologia está afastando cada vez mais as pessoas”, seja pelas TVs, celulares ou computadores.

Porém, eles devem reconhecer que esses aparelhos também são capazes de deixar as pessoas ainda mais próximas, claro que não da mesma maneira que um contato presencial, mas é possível ter uma ligação agradável com pessoas que estão longe. Por isso as novas tecnologias são excelentes para unir ainda mais pessoas que precisam se distanciar geograficamente.

#### **2.1.9 “ Variável “Pandemia”, Temática: Distanciamento social.**

**Análise:** Neste momento de distanciamento social é importante que os filhos, netos e amigos se esforcem para que os idosos não se sintam solitários e angustiados, especialmente aqueles que tem histórico de transtorno de humor e/ou ansiedade.

Se possível, com todo cuidado, ensine ou estimule o idoso ativo a usar o celular e se comunicar com familiares e amigos. A internet é ótima ferramenta para diminuir a saudade.

## 2.1.10 Tecnológico

### 2.1.11 “Variável “Uso da tecnologia”, Temática: A tecnologia na linha de frente

Em meio a pandemia, interferências que podem prejudicar a utilização e prejuízos na área.

**Análise:** Atualmente por conta da pandemia tivemos que ampliar o uso da tecnologia, já que a saída de muitos foi fazer tudo em home Office. Por conta desse cenário, fizeram apps que facilitam o home Office e também o ensino a distância, investindo nas melhores maneiras de passar o conteúdo para todos em suas casas. A tecnologia está na linha de frente na pandemia e ajudou várias áreas não ficarem paradas.

Porém pode haver interferências que podem dificultar o aprendizado através da tecnologia, por exemplo, o sinal do Wi-fi pode ficar baixo ou a pessoa não possui um pacote de internet boa fazendo que dificulte o acesso à internet; ausência dos materiais necessários (computador ou celular); e principalmente a falta do entendimento e a adaptação ao ensino e trabalho a distância. Mesmo que seja um bom momento para se utilizar os meios da tecnologia, não pode se esquecer que será um longo processo para a meia e terceira idade se adaptar a tudo isso.

Nesse ano já houve prejuízo na área da produção de aparelhos tecnológicos, de acordo com levantamentos realizados pela trend-force , o cenário tecnológico terá as seguintes implicações: queda de 12% na produção de smartphone; dificuldade na implantação 5G por de material; queda na fabricação de consoles para vídeo games; queda de 16% na produção de smartwatch, entre outros.

## 2.1.12 Ecológico

### 2.1.13 “Variável “Sustentabilidade”, Temática: Descarte, preferência dos clientes.

**Análise:** O número de eletrônicos ultrapassados não para de crescer no Brasil. E saber como descartá-los pode fazer toda diferença para o planeta, de acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), mais de 44,7 milhões de toneladas de lixo eletrônico são geradas a cada ano, em todo o planeta.

Uma pesquisa realizada pela **Opinion Box** destaque que:

42% dos consumidores se preocupam muito com práticas sustentáveis quando compram algo e 49% deles se preocupam pelo menos um pouco;

Mais da metade das pessoas (54%) sempre ou com frequência preferem marcas famosas por cuidarem do meio ambiente;

65% dos entrevistados deixariam de comprar produtos de uma empresa que poluísse o ambiente;

#### **2.1.14 “Variável “Pandemia”,** Temática: Poluição e o Ecossistema.

**Análise:** A pandemia Covid-19 que se espalha no planeta está fazendo com que ao menos um milhão de toneladas de CO2 deixe de ser emitida no mundo por dia. Conforme dados internacionais, o fator principal é a drástica queda no consumo de petróleo. Se por um lado o aumento exponencial do consumo de materiais em plástico descartável, como luvas e máscaras é um fato negativo, por outro, alguns ambientalistas apontam possibilidades de ajudar na melhora do meio ambiente e até na redução do aquecimento global.

"Nunca tivemos tantas oportunidades para as doenças passarem de animais selvagens e domésticos para pessoas", disse a diretora executiva do PNUMA (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente), Inger Andersen. "A perda contínua dos espaços naturais nos aproximou demasiadamente de animais e plantas que abrigam doenças que podem ser transmitidas para os seres humanos", como por exemplo a atual pandemia de Covid-19.

#### **2.1.15 Legal**

#### **2.1.16 “Variável “Medidas provisórias”,** Temática: Ações do governo em relação a pandemia de corona vírus.

**Análise:** A Presidência da República já editou 28 medidas provisórias, desde fevereiro, destinadas ao combate à pandemia de corona vírus. Desse total, 11 abrem créditos extraordinários para o enfrentamento da pandemia e de seus impactos na economia. As medidas provisórias (MPs) são normas com força de lei que produzem efeitos jurídicos imediatos. E para tornar mais rápida a votação de matérias direcionadas às ações contra a covid-19, o Senado está priorizando propostas que tenham relação com essas medidas provisórias.

Estas medidas provisórias visam socorrer empresas e preservar empregos. A ideia no Senado é que os autores dos projetos, como relatores das medidas provisórias, possam aperfeiçoar os textos do Executivo e incorporar nas MPs partes das propostas que deixaram de ser votadas.

#### **2.1.17 “Variável “economia”**, Temática: Medidas anunciadas pelo presidente.

**Análise:** O presidente Jair Bolsonaro anunciou medidas para conter o avanço da pandemia do corona vírus e garantir socorro à economia. Sendo elas:

Estado de calamidade pública, a fim de garantir recursos para saúde e emprego; reforço no programa Bolsa Família; atraso no recolhimento do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) e do Simples Nacional por três meses para reforçar o caixa das empresas; desoneração de produtos médicos; R\$ 24 bilhões para linha de crédito pessoal (com o intuito de ajudar trabalhadores autônomos) e R\$ 48 bilhões para empresas; socorro à aviação civil e fechamento de fronteiras, em especial com a Venezuela.

#### **2.1.18 “Variável “Isolamento”**, Temática: Governo de São Paulo decreta isolamento social.

**Análise:** Conforme o Decreto nº 64.881, de 22 de março de 2020, decretado quarentena no Estado de São Paulo, no contexto da pandemia do COVID-19 (Novo Corona vírus), e dá providências complementares:

**Artigo 1º** - Fica decretada medida de quarentena no Estado de São Paulo, consistente em restrição de atividades de maneira a evitar a possível contaminação ou propagação do corona vírus, nos termos deste decreto.

**Parágrafo único** - A medida a que alude o “caput” deste artigo vigorará de 24 de março a 7 de abril de 2020.

**Artigo 2º** - Para o fim de que cuida o artigo 1º deste decreto, fica suspenso:  
I - o atendimento presencial ao público em estabelecimentos comerciais e prestadores de serviços, especialmente em casas noturnas, “shopping centers”, galerias e estabelecimentos congêneres, academias e centros de ginástica, ressalvadas as atividades internas;  
II - o consumo local em bares, restaurantes, padarias e supermercados, sem

prejuízo dos serviços de entrega (“delivery”) e “drive thru”.

§ 1º - O disposto no “caput” deste artigo não se aplica a estabelecimentos que tenham por objeto atividades essenciais, na seguinte conformidade:

1. saúde: hospitais, clínicas, farmácias, lavanderias e serviços de limpeza e hotéis;
2. alimentação: supermercados e congêneres, bem como os serviços de entrega (“delivery”) e “drive thru” de bares, restaurantes e padarias;
3. abastecimento: transportadoras, postos de combustíveis e derivados, armazéns, oficinas de veículos automotores e bancas de jornal;
4. segurança: serviços de segurança privada;
5. comunicação social: meios de comunicação social, inclusive eletrônica, executada por empresas jornalísticas e de rádio fusão sonora e de sons e imagens;
6. demais atividades relacionadas no § 1º do artigo 3º do Decreto federal nº 10.282, de 20 de março de 2020.

§ 2º - O Comitê Administrativo Extraordinário COVID19, instituído pelo Decreto nº 64.864, de 16 de março de 2020, deliberará sobre casos adicionais abrangidos pela medida de quarentena de que trata este decreto.

**Artigo 3º** - A Secretaria da Segurança Pública atentar-se-á, em caso de descumprimento deste decreto, ao disposto nos artigos 268 e 330 do Código Penal, se a infração não constituir crime mais grave.

**Artigo 4º** - Fica recomendado que a circulação de pessoas no âmbito do Estado de São Paulo se limite às necessidades imediatas de alimentação, cuidados de saúde e exercício de atividades essenciais.

**Artigo 5º** - Este decreto entra em vigor em 24 de março de 2020, ficando revogadas as disposições em contrário, em especial:

I - o inciso II do artigo 4º do Decreto nº 64.862, de 13 de março de 2020;

II - o artigo 6º do Decreto nº 64.864, de 16 de março de 2020, salvo na parte em que dá nova redação ao inciso II do artigo 1º do Decreto nº 64.862, de 13 de março de 2020;

III - o Decreto nº 64.865, de 18 de março de 2020.

### **3. PLANO DE NEGÓCIOS – MODELO CANVAS**

O plano de negócios da empresa CIT é apresentado conforme o modelo Canvas desenvolvido por Osterwalder e Pigneur, que é um modelo de negócios focado em passar uma visão global e de fácil compreensão do empreendimento baseado em quatro pilares centrais: cliente, infraestrutura, viabilidade financeira e oferta (Osterwalder e Pigneur, 2011; Carrasco et al., 2014). O plano de negócios apresentado é voltado ao mercado de cursos de capacitação e treinamento em informática.

#### **3.1. Proposta de Valor**

A empresa CIT pretende oferecer um curso voltado para o ensino do uso de tecnologias de uso geral para pessoas de meia idade e até 3ª idade com uma proposta inovadora para que seus profissionais, que serão qualificados para trabalhar com o público em questão, possam ensiná-los tudo a respeito de tecnologia básica. Por meio de pesquisa verificou-se um padrão de queda no uso de tecnologias conforme o aumento de meia idade, que demonstram a existência de uma demanda no grupo de pessoas acima de 46 anos até 65 anos para o aprendizado de novas tecnologias. Isso demonstra uma crescente exclusão dessa parcela da sociedade, por não saber fazer uso das tecnologias atuais, além da falta de autonomia tecnológica.

Para resolução deste problema, a empresa CIT pretende oferecer o ensino do uso de básico de Smartphones, Tablets e Computadores, além do uso de aplicativos e ferramentas de uso geral, utilizando-se uma didática adaptada para seu público alvo.

Dessa forma pretende-se suprir a necessidade do seu público de inclusão no mundo da tecnologia e acima disso pretende dar autonomia e segurança para essas pessoas no mundo tecnológico com a garantia de um aprendizado pensado especificamente para suas necessidades.

Como forma de provar que a experiência é eficaz será oferecida uma aula experimental para que seu público possa verificar se o curso conseguirá atender suas expectativas.

### **3.2. Segmento de clientes**

O curso oferecido tem como público-alvo pessoas de meia idade até 3ª ou pessoas sem o conhecimento do uso de tecnologia básica de uso geral. O CIT pretende estabelecer-se na região metropolitana de São Paulo, mais precisamente na região central da cidade, pois há grande movimentação de pessoas nesta região.

Observou-se na pesquisa resultados e números que demonstram que existe um interesse em um curso de inserção a tecnologia para pessoas de meia idade a terceira idade. Conforme o gráfico apresentado na Figura 5 do Apêndice 1, é mostrado que cerca de 50 % do total de entrevistas teriam interesse em um curso de inserção ao uso de tecnologia básica. Entretanto quando apenas os entrevistados acima de 46 anos são isolados esse número de interesse chega a 75.9 % conforme Figura 6 do Apêndice 1.

### **3.3. Canais**

Os canais selecionados serão outdoors chamativos, divulgações em escolas / faculdade, e abordagens diretas por meio de representantes de vendas. Os outdoors serão aplicados em ruas/avenidas onde tenham grande circulação de veículos visando a fixação da marca na cabeça das pessoas.

Serão buscadas parcerias com escolas onde haja alfabetização de adultos, como por exemplo escolas do programa E.J.A. (Ensino para Jovens e Adultos) do Governo Federal para a divulgação um pouco mais aprofundada já que esses alunos também fazem parte do público alvo do curso. Entretanto a divulgação em escolas não se limitará a apenas estas escolas, visto que presente-se realizar está divulgação em escolas/faculdades do ensino médio em diante já que provavelmente nestes locais será possível ter algum aluno que tenha alguém com pessoas de meia até 3ª idade na família com interesse no curso. De acordo com dados observados



da Figura 6 do Apêndice 1, foi questionado sobre se as pessoas poderiam indicar alguém com interesse no curso e obteve-se número ao redor de 50-60 % de pessoas que poderiam indicar pessoas nas faixas de idade mais jovem e um número maior que 70 % no grupo de 65 anos.

Na própria sede do CIT, planeja-se colocar anúncios para chamar atenção das pessoas, e será contratado um representante de venda para abordagem direta de pessoas do público alvo na rua, pois segundo Kotler “os profissionais de marketing não criam necessidades, elas são elementos básicos da condição humana. Os profissionais de marketing, paralelamente a outras influências da sociedade, influenciam os desejos” (Kotler e Armstrong, 2015). Portanto com o junto com os estímulos visuais, o representante deverá entregar de catálogos de serviços, realizar a apresentação o que está sendo oferecido pelo curso criando uma curiosidade no cliente, e posteriormente convidando-o para o agendamento de uma aula experimental.

### **3.4. Relacionamento com Clientes**

O plano de fidelização dos clientes consiste em oferecer uma aula experimental para que o mesmo possa verificar se a aula irá agradá-lo e assim ver se o curso é realmente de qualidade. Nesta aula pretende-se explicar um resumo do conteúdo que será oferecido no curso abrindo espaço para que seus alunos possam expressar suas maiores dificuldades no assunto assim auxiliando o professor a montar sua aula de forma mais customizada nos seus alunos, pois segundo Kotler “Empresas de sucesso são empresas que aprendem. Elas obtêm feedback do mercado, fazem auditorias, avaliam resultados e efetuam correções destinadas à melhoria do desempenho” (Kotler, 2000). Para identificação de resultados insatisfatórios pretende-se criar um plano de acompanhamento aula a aula com apresentação de feedbacks dos alunos podendo resultar até na devolução do dinheiro investido em caso de desistência em até a 3ª aula. Para o melhor conforto do cliente, o CIT oferecerá café e biscoitos durante as aulas e um ambiente totalmente adaptado para as necessidades especiais do público alvo. Ao final do curso haverá um sorteio de um celular adaptado pessoas de idades avançadas para estimular a permanência dos alunos até o final do curso.

### **3.5. Fontes de receita**

As receitas do CIT serão obtidas por meio da venda do curso. O mesmo terá uma carga horária de 36 horas com o valor total de R\$ 900, com o benefício da adaptação dessas horas para assuntos que sejam focados nos principais interesses dos alunos. Conforme observou-se na pesquisa, focando apenas aos grupos de pessoas acima de 36 anos, foi estabelecido o valor mínimo foi de 10 reais/hora e o valor máximo 50 reais/hora os resultados mostram que o valor indicado para a proposta inicial foi de um curso de 900 reais por 36 horas de curso (custo hora aula 25 reais.).

### **3.6. Recursos Principais**

Os principais recursos do CIT serão um ambiente totalmente adaptado para as necessidades especiais do seu público alvo, profissionais especializados no atendimento deste tipo de público, e produtos tecnológicos para criar a familiarização e costume de uso destes produtos. O local que deverá ser escolhido, será amplo, bem iluminado, com rampas de acesso, banheiros grandes e adaptados para pessoas com necessidades especiais e principalmente sem escadas para facilitar a locomoção. Sua localização deve ser em uma rua/avenida bem localizada e movimentada com bastante circulação de pessoas e veículos, além de contar com espaço para estacionamento. Os profissionais de ensino deverão ter no mínimo pós graduação em suas áreas de conhecimento e cursos para ensino e atendimento de pessoas de idades avançadas.

Para utilização em aula, o CIT disponibilizará recursos tecnológicos adaptados para pessoas de idades avançadas para utilização pratica dos alunos durante as aulas. De acordo com a pesquisa observa-se que se separarmos as pessoas acima de 36 anos que fazem parte do segmento de meia idade até o grupo de idosos (acima de 65 anos) cerca de 45% delas não o fazem uso de nenhuma tecnologia criando assim a necessidade familiarização antes do aprendizado de uso.

### **3.7. Atividades Principais**

As aulas serão divididas em duas etapas: a 1ª etapa na apresentação dos recursos tecnológicos, já que segundo a pesquisa o celular é a ferramenta de tecnologia mais utilizada por todos os grupos etários chegando a 100% em quase todos os grupos, seguido do Tablet que apresenta uma maior aceitação e uso na faixa de menores de 25 anos e segue um padrão de queda conforme o aumento de idade, e o computador apresenta um maior uso em grupos de pessoas de 25 até 46 anos chegando a números maiores que 50% seguido de queda com o aumento da idade. Com esses dados observa-se uma abrangência baixa do uso dessas tecnologias mais comuns e necessidade de apresentação para familiarização de uso dos mesmos. A 2ª etapa consistirá em tópicos de utilização dos recursos, seguindo dos mais comuns de uso geral até os mais complexos. De acordo com a tabela 3 do Apêndice 1, que mostra dados que embasam o oferecimento de um curso de inserção a tecnologia para meia e terceira idade, onde é possível observar que a ferramenta de uso comum mais utilizada hoje em dia que é o Whats app chega a ter seu uso ao redor de 70-80% de pessoas entre 46 e 65 anos, entretanto esse número não ultrapassa 43% para pessoas acima de 65 anos. Quando avaliados outras ferramentas como Facebook e aplicativos de bancos esses números são ainda menores. Observando a Figura 4 do Apêndice 1 é possível notar que 57% das pessoas acima de 65 anos que responderam SIM ao uso de alguma tecnologia não utilizam nenhum aplicativo no seu celular mostrando que elas acabam utilizando o celular apenas para ligações ou outros serviços que não dependam do uso de internet o que novamente embasa a necessidade de um curso para inserção do uso deste tipos de tecnologias.

Os tópicos serão divididos da seguinte forma:

### **3.7.1 – Recursos essenciais**

O ato de ligar e desligar; fazer e receber ligações; utilização de câmeras fotográficas (como tirar e editar superficialmente fotos e vídeos); como salvar, excluir, bloquear contatos na agenda; utilização de GPS (localizar endereços, traçar rotas, localizar comércio e serviços), instalação e desinstalação de aplicativos e recursos.

### **3.7.2 Recursos de comunicação e redes sociais**

O uso do aplicativo WhatsApp (envio; encaminhamento; compartilhamento de mensagens de texto, áudio e vídeo) Facebook e Instagram (adicionar e remover amigos; curtir, comentar, compartilhar mensagens; publicação de fotos, textos e vídeos).

### **3.7.3. Recursos de pagamento e locomoção**

Utilizar os aplicativos bancários (consulta saldo; pagamento de contas; transferências) aplicativos de transporte como Uber (como solicitar e acompanhar a corrida)

### **3.7.4. Recursos que sejam de maior necessidade dos alunos**

Como diferencial o CIT pretende customizar suas aulas com assuntos do interesse dos alunos como por exemplo utilização de aplicativos de convênios médicos (fazer agendamento de consultas; consultar hospitais e seus horários de funcionamento) ou utilização e recursos tecnológicos em estabelecimentos públicos (como nos Poupatempo onde é possível fazer o agendamento de serviços por meio de painéis eletrônicos)

## **3.8. Principais Parcerias**

As principais parcerias que o CIT pretende fazer além das parcerias comerciais serão com empresas de tecnologia ou empresas de distribuição destes recursos para conseguir com acesso mais facilitado produtos para atualização nos cursos.

O CIT pretende realizar parceria com a empresa Obabox que oferece recursos de tecnologia adaptados para pessoas de idades avançadas como por exemplo:

**ObaSmart 2** - É o primeiro smartphone pensado para a terceira idade, ainda melhor. Ele possui um sistema simplificado e fácil de usar, permitindo até mesmo aqueles que não tem familiaridade com as novas tecnologias, utilizar funções e serviços modernos, como Whatsapp, Youtube, Facebook e até Uber. O grande diferencial do ObaSmart 2 é a sua adaptação no sistema e suas funções exclusivas, deixando seu uso perfeito para quem nunca usou ou tem dificuldades em usar um smartphone. Eles também possuem.

**ObaPhone Barra** - Celular desenvolvido especialmente para a terceira idade. Ao contrário da maioria dos celulares e smartphones, o ObaPhone Barra vem com teclas grandes e iluminadas. Basta pressionar alguma tecla que o celular fala em voz alta qual foi o número digitado. Além disso, eles aparecem grandes e legíveis na tela facilitando a visualização mesmo sem óculos. Botão SOS (em casos urgentes). O ObaPhone Barra vem com uma lanterna que é acionada quando pressionamos o botão lateral do celular.

**ObaFone Flip** - Um aparelho simples, descomplicado e que não força a visão. Vem com teclas e números grandes que facilitam a leitura e não forçam a visão. As teclas, ao serem pressionadas, emitem sons que indicam qual número ou letra foi selecionada ajudando no manuseio e utilização.

**TabSênior DL** - o primeiro tablet desenvolvido no Brasil com foco no público da melhor idade. Visando a praticidade e o conforto, o dispositivo conta com funcionalidades simples e, conseqüentemente, de fácil uso. Tecla SOS, usada em casos de emergências. Outra ferramenta interessante é um ícone exclusivo para os cuidados da saúde, monitora horários de medicamentos, além de identificar quais são as farmácias da região.

### **3.9. Estrutura de Custos**

Para realização deste projeto planejou-se que será necessário realizar um investimento inicial de R\$ 90.000,00, deste valor parte será para a locação de um local onde seja adequado para os clientes, e posteriormente as realizações de

alterações com relação a estrutura de aprendizado, e investimento em maquinário e contratação de pessoal para início de projeto.

Após a locação do imóvel os investimentos deverão seguir da seguinte forma:

**Móveis e Utensílios** - Mesas – 30 unds | R\$ 178,91 cada → R\$ 5.367,30; Cadeiras – 33 unds | R\$ 140,72 cada → R\$ 4.503,04; Lousa – 2 unds | R\$ 205,90 → R\$ 411,80; Bancada – 1 und → R\$ 599,90; Sofá – 1 und → R\$ 512,00; Sinalização → R\$ 683,3.

Custo Total → R\$ 12.077,35

**Equipamentos** - Datashow – 2 unds | R\$ 586,35 cada → R\$ 1.172,70; Celulares – 30 unds | R\$ 899,10 cada → R\$ 26.973,00; Computadores – 33 unds | R\$ 1.290,00 → R\$ 42.570,00; Telefone – 1 und → R\$ 94,95.

Custo Total → R\$ 70.810,65

**Despesas Pré Operacionais** - Registro da Empresa → R\$ 1.542,00; Despesas com Contratações → R\$ 3.000,00; Contabilidade → R\$ 570,00; Taxas → R\$ 500,00; Identidade Visual → R\$ 1.000,00; Materiais de Escritório → R\$ 500,00.

Custo Total → R\$ 7.112,00

Os custos fixos serão destinados basicamente para manter toda a operação, pagamento de salários e custos com Marketing. Estão divididos entre: Aluguel → R\$ 2.500,00; Energia Elétrica → R\$ 500,00; Telefone / Internet → R\$ 189,90; Água → R\$ 90,00; Itens de Limpeza → R\$ 100,00; Materiais de Escritório → R\$ 84,00; Marketing → R\$ 2.000,00; Salários → R\$ 5.000,00. Terão um custo total de R\$ 10.463,90.

De acordo com os dados da Figura 6 do Apêndice 1 que indicam que no grupo de pessoas acima de 46 anos a porcentagens de pessoas que estariam interessadas no curso e que estariam dispostas a pagar por ele é bem alto, sendo o total de 66 pessoas que se inscrevessem no curso resultaria em uma receita bruta de R\$ 59.400,00 embasando a tese de que o modelo de negócio é viável e potencialmente lucrativo.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Quando se iniciou o estudo de pesquisa, constatou-se que durante a vida, apresenta-se maior facilidade de aprendizado durante a infância e juventude. Com isso, pessoas de meia e terceira idade, possuem maiores dificuldades para o aprendizado, principalmente nos setores tecnológicos, que se atualizam a todo momento. Com base nesta informação, verificou-se que o ensino para as pessoas de meia e terceira idade, pode ser moldado e personalizado para atender as necessidades específicas que este público necessita.

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise de como um curso de inserção de tecnologia para o público em questão pode melhorar e facilitar a inclusão dessas pessoas na sociedade. Além disso, também permitiu uma pesquisa de campo para obtenção de dados mais consistentes sobre o interesse do público alvo no curso, a idade que mais utiliza a tecnologia, quais ferramentas tecnológicas e aplicativos utilizam e quanto estariam dispostos a investir no curso.

O questionário com perguntas fechadas demonstrou o interesse e os aplicativos mais utilizados pela meia e terceira idade. Para mais, também foi evidenciado que o público em questão não possui muito conhecimento em tecnologia, o que ajuda a justificar o fato de não terem buscado ainda por um meio mais fácil e rápido de facilitar o aprendizado. Todavia contribuiu para a preparação do curso de uma forma a torná-lo acessível a todos.

O plano de negócios demonstrou-se essencial para o desenvolvimento e finalização do estudo. Diante dos dados e resultados obtidos através dele, possibilitou-se entender todos os aspectos importantes para a implantação, divulgação, segmentação e investimentos financeiros necessários para a implantação do projeto.

Tendo em vista o objetivo do projeto e os aspectos pesquisados, o grupo utilizou-se dos conceitos de marketing de Philip Kotler, que agregou conhecimento

nos diversos setores analisados. Utilizou-se também da cartilha do SEBRAE, que auxiliou a elaboração do plano de negócios.

Concluiu-se com base em todos os aspectos analisados, e diante do cenário mundial atual, com a pandemia do COVID 19, o quanto o público da meia e terceira idade necessita saber lidar com as tecnologias, e o quanto o curso faria diferença para obterem sua independência, tanto na vida pessoal como no trabalho. Além disso, também diminuindo a circulação do grupo de risco, por exemplo, em bancos, mercados e comércios em geral, assim, otimizando o tempo, gerando independência e priorizando a sua segurança.



## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS (obrigatória)**

### **1) Livro**

PASSOS, Rita. A Pessoa Idosa: educação e cidadania. Volume 7. São Paulo: Mare Magnum Artes Gráficas, 2009

### **2) Artigo de Revista**

Revista Kairós - Gerontologia, 20(4), 295-313. ISSNe 2176-901X. São Paulo (SP), Brasil: FACHS/NEPE/PEPGG/PUC-SP

### **3) Normas Técnicas**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023: Informação e documentação – referências - elaboração**. Rio de Janeiro, 2002.

### **4) Artigo da Internet**

Dino divulgador de notícias. "Idosos apostam na tecnologia para se relacionar e abandonar a solidão".

Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/idosos-apostam-na-tecnologia-para-se-relacionar-e-abandonar-a-solidao/>. Acesso em: 16 nov 2019, 11h25.

[www.obabox.com.br](http://www.obabox.com.br)

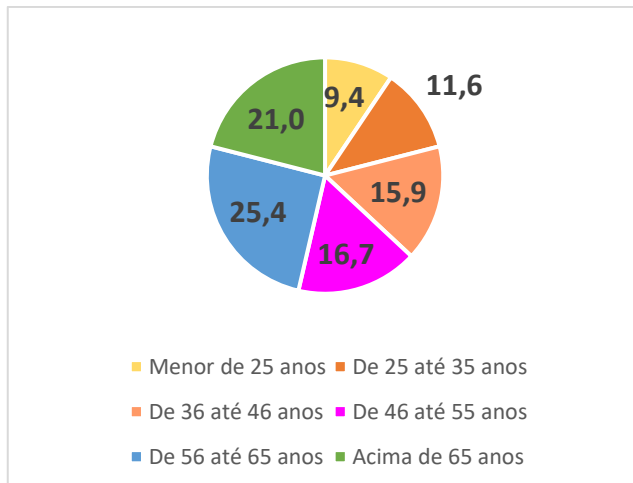
Bergher, Ricardo. Especialista em Tecnologia - Os 6 Melhores Celulares e Smartphones para Idosos em 2019

Centrape. Confira os 10 melhores celulares para os idosos - on jan 15, 2019

<https://compuclass.com.br/Curso-Basico-de-Informatica+para-Terceira-Idade.asp>

## APÊNDICE

### 1) Faixa etária dos participantes (%)

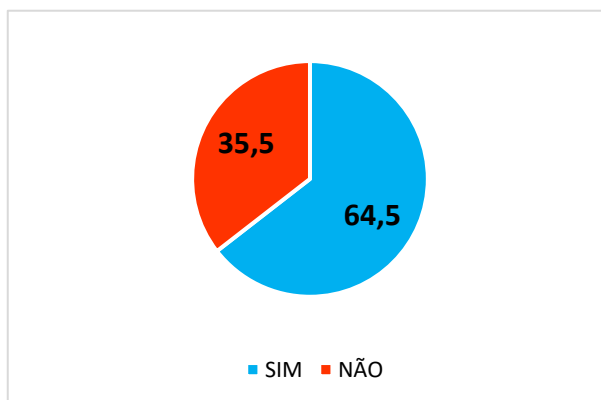


**Figura 1.** Faixa etária dos participantes da pesquisa de opinião. (Total de participantes 138)

Os grupos de interesse foram separados em faixas de jovens (abaixo de 35 anos) e pessoas de meia idade e idosos (acima de 35 anos) que são o grupo de interesse do curso a ser oferecido.

### 2) Acesso a plataformas de tecnologia (Computadores, Celulares, Tabletes)

A segunda questão foi em relação ao acesso das pessoas a ferramentas de tecnologia como celulares, tabletes e computadores que são as mais comuns.



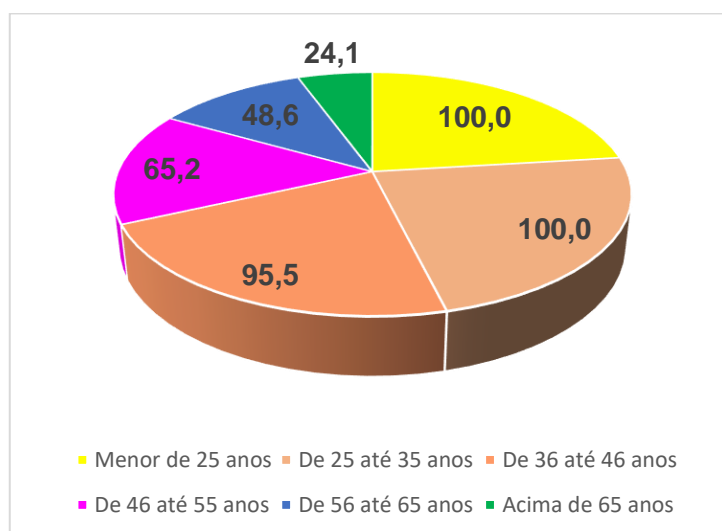
**Figura 2.** Acesso a ferramentas de tecnologia (Número de participantes 138)

Entre os participantes da pesquisa foi identificado um padrão de queda no uso de tecnologias conforme o aumento de idade como pode ser notado na Tabela 1.

**Tabela 1. Idade vs uso de tecnologias**

Qual é a sua Idade?	Total	% SIM	% NÃO
Menor de 25 anos	13	100	0
De 25 até 35 anos	16	100	0
De 36 até 46 anos	22	95,5	4,5
De 46 até 55 anos	23	65,2	34,8
De 56 até 65 anos	35	48,6	51,4
Acima de 65 anos	29	24,1	75,9

Os gráficos da Tabela 1 mostram que existe uma demanda no grupo de pessoas acima de 46 anos para o aprendizado de novas tecnologias, como pode-se observar a partir de 46 anos cerca de 35 % das pessoas não utilizam tecnologia, acima de 56 anos esse número chega a 51,4 % e esse número chega a aproximadamente 76 % entre pessoas acima de 65 anos.



**Figura 3.** % de uso de ferramentas de tecnologia por grupos de diferentes faixas etárias.

Se separarmos as pessoas acima de 36 anos que fazem parte do segmento de meia idade até o grupo de idosos (acima de 65 anos) essa porcentagem de

peças fica em torno de 55% que tem acesso e fazem uso de alguma tecnologia contra 45% que não o fazem.

Seguindo a proposta, entre as pessoas que responderam SIM a questão anterior foi perguntando se elas faziam uso de quais dispositivos de tecnologia (Celular, Tablet e Computador).

**Tabela 2. Faixa etária vs % de uso de ferramentas de tecnologia**

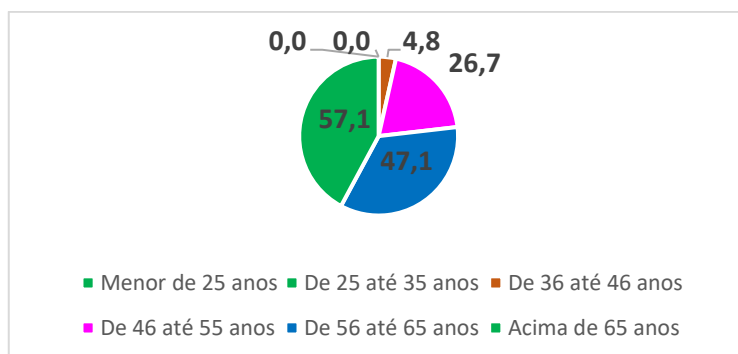
<b>Grupo Etário</b>	<b>% Celular</b>	<b>% Tablet</b>	<b>% Computador</b>
<b>Menor de 25 anos</b>	100,0	61,5	30,8
<b>De 25 até 35 anos</b>	100,0	31,3	50,0
<b>De 36 até 46 anos</b>	100,0	19,0	61,9
<b>De 46 até 55 anos</b>	100,0	20,0	26,7
<b>De 56 até 65 anos</b>	94,1	11,8	29,4
<b>Acima de 65 anos</b>	100,0	14,3	14,3

Como podemos ver o celular é a plataforma de tecnologia mais utilizada por todos os grupos etários chegando a 100% em quase todos eles, com exceção de 1 pessoa no grupo de 56 a 65 anos que respondeu negativamente. O Tablet apresenta uma maior aceitação e uso na faixa de menores de 25 anos e segue um padrão de queda conforme o aumento de idade. O computador apresenta um maior uso em grupos de pessoas de 25 até 46 anos chegando a números maiores que 50% seguido de queda com o aumento da idade. Seguindo, os entrevistados foram questionados quanto ao uso de aplicativos de redes sociais (Facebook), chat e ligações (Whatsapp), bancos online (Santander, Bradesco, Itaú, Banco do Brasil, Caixa, Nubank), GPS (Waze, Google Maps) e transporte particular (Uber, 99). Essa pergunta foi direcionada para estimar alguns aplicativos que viriam a fazer parte da lista de conteúdo do curso a ser oferecido.

**Tabela 3. Faixa etária vs % de uso de aplicativos**

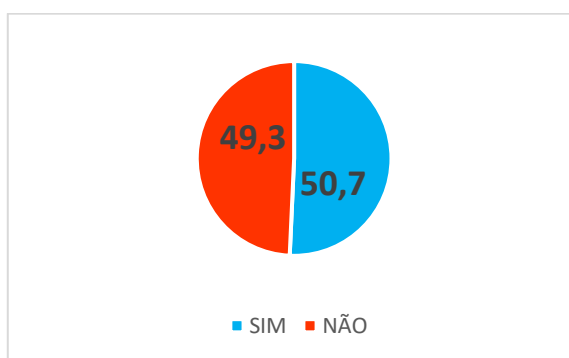
	Whatsapp	Facebook	Bancos	GPS	Transporte Particular	Não Utiliza Nenhum
<b>Menor de 25 anos</b>	100,0	84,6	53,8	61,5	84,6	0,0
<b>De 25 até 35 anos</b>	100,0	93,8	81,3	43,8	87,5	0,0
<b>De 36 até 46 anos</b>	95,2	76,2	66,7	42,9	85,7	4,8
<b>De 46 até 55 anos</b>	73,3	53,3	20,0	20,0	53,3	26,7
<b>De 56 até 65 anos</b>	82,4	23,5	11,8	0,0	11,8	47,1
<b>Acima de 65 anos</b>	42,9	28,6	0,0	0,0	14,3	57,1

A tabela 3 mostra dados cruciais que embasam o oferecimento de um curso de inserção a tecnologia para meia e terceira idade, é possível ver que a ferramenta de mais fácil uso como Whats app chega a ter uso ao redor de 70-80% entre pessoas entre 46 e 65 anos, entretanto esse número não ultrapassa 43% para pessoas acima de 65 anos. Quando avaliado outras ferramentas como facebook e aplicativos de bancos esses números são ainda menores e mais preocupantes. Olhando a Figura 4 é possível notar que 57% das pessoas acima de 65 anos que responderam SIM ao uso de alguma tecnologia não utilizam nenhum aplicativo no seu celular mostrando que elas acabam utilizando o celular apenas para ligações ou outros serviços que não dependam do uso de internet.

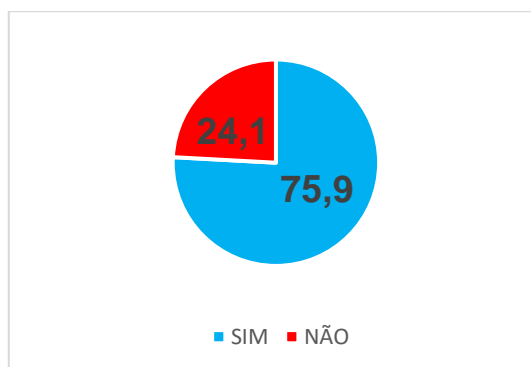


**Figura 4.** % de não uso de aplicativos por pessoas que utilizam ferramentas de tecnologia.

Na sequência as pessoas foram questionadas sobre o interesse de um curso de inserção a tecnologia para pessoas de meia idade a terceira idade. As pessoas também foram questionadas se também poderiam indicar alguém que poderia ter interesse no curso. O gráfico apresentado na Figura 5 mostra que cerca de 50 % do total de entrevistas teria interesse num curso de inserção, entretanto quando apenas os entrevistados acima de 46 anos são isolados esse número de interesse chega a 75.9 % (Figura 6).



**Figura 5.** Interesse dos entrevistados em realizar um curso de inserção a tecnologia para meia idade e terceira idade.



**Figura 6.** Interesse dos entrevistados acima de 46 anos em realizar um curso de inserção a tecnologia para meia idade e terceira idade.

**Tabela 4. Faixa etária vs % de interesse no curso de inserção e possibilidade de indicar alguém.**

Grupos	Teria Interesse no curso		Conheço alguém que teria interesse e poderia indicar
	Sim	Não	
Menor de 25 anos	0,0	100,0	53,8
De 25 até 35 anos	6,3	93,8	56,3
De 36 até 46 anos	13,6	86,4	59,1
De 46 até 55 anos	65,2	34,8	30,4
De 56 até 65 anos	71,4	28,6	42,9
Acima de 65 anos	89,7	10,3	72,4

Os dados da Figura 6 indicam que no grupo de pessoas acima de 46 anos que estaria interessado é bem alto, entretanto cabe ressaltar que na pesquisa sobre se as pessoas poderiam indicar alguém número ao redor de 50-60 % foram obtidos nas faixas de idade mais jovem e número maiores que 70 % no grupo de 65 anos. A última questão foi em relação a quanto as pessoas estariam dispostas a investir por mês num curso de inserção a tecnologia e foi feita apenas aos grupos de pessoas acima de 36 anos, o valor mínimo estabelecido foi de 10 reais/hora e o valor máximo 50 reais/hora. O valor indicado na proposta inicial foi de um curso de 900 reais por 36 horas de curso (custo hora aula 25 reais.)

Grupos	Total de Entrevistados	Quanto você estaria disposto a investir por aula (1 hora)			
		R\$ 20	R\$ 25	R\$ 30	R\$ 40
De 36 até 46 anos	3	2	1		
De 46 até 55 anos	15	12	2	1	
De 56 até 65 anos	25	20	3	2	
Acima de 65 anos	26	22	4		

É composto por todo o material (colhido pelos autores) suplementar ao trabalho com a finalidade de esclarecimento ou de documentação. Distingue-se dos anexos, uma vez que o apêndice é elaborado pelo próprio autor (ALUNO), como entrevistas, questionários, tabelas, cálculos, gráficos, etc.