

Mulheres 50+ em rede: Capacitação digital e empreendedora para empresárias a partir de 50 anos de idade

Women 50+ in a network: digital training and entrepreneurship for entrepreneurs from 50 years old

50+ mujeres en una red: capacitación empresarial y digital para emprendedoras 50+

Caio de Lima Granero
Tássia Monique Chiarelli
Maria Luisa Trindade Bestetti

RESUMO: O objetivo é analisar os dados obtidos sobre curso de capacitação de recursos digitais para empreendedoras com idade acima de 50 anos, em termos de aprendizagem, ganhos pessoais e profissionais. Amostra formada por 28 empresárias, com idade igual ou superior a 50 anos, residentes na cidade de São Paulo. Como resultados e discussão, destaca-se que 80% das alunas afirmaram que iriam aplicar os conhecimentos obtidos no dia a dia de suas empresas, demonstrando a pertinência do conteúdo com a prática das empreendedoras.

Palavras-chave: Capacitação digital; Empreendedorismo; Maturidade.

ABSTRACT: *Objective: to analyze the data obtained on the training course of digital resources for entrepreneurs aged over 50, in terms of learning, personal and professional gain. Methods: a sample of 28 women entrepreneurs, aged 50 years or over, living in the city of São Paulo. Results and discussion: 80% of the students affirmed that they would apply the knowledge obtained in their companies' day-to-day activities, demonstrating the relevance of the content to the practice of entrepreneurs.*

Keywords: *Digital training; Entrepreneurship; Maturity.*

RESUMEN: *El objetivo es analizar los datos obtenidos sobre el curso de capacitación en recursos digitales para emprendedores mayores de 50 años, en términos de aprendizaje, ganancias personales y profesionales. Una muestra de 28 mujeres de negocios, de 50 años o más, que residen en la ciudad de São Paulo. Como resultados y discusión, es digno de mención que el 80% de los estudiantes dijeron que aplicarían los conocimientos obtenidos en la vida diaria de sus empresas, lo que demuestra la relevancia del contenido con la práctica de los emprendedores.*

Palabras clave: *Capacitación digital; Emprendimiento; Madurez.*

Introdução

Em vários países, a queda na taxa de natalidade, combinada com o aumento da expectativa da população, têm contribuído para o aumento da população idosa. Segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2030 haverá 18,62% de pessoas acima de 60 anos de idade, correspondendo a 8,31% do sexo masculino e 10,31% do feminino. Com isso, nota-se que, no crescimento da população idosa, o público feminino continuará mais evidente.

Por consequência, também tem sido observado que o trabalhador tem envelhecido. No Brasil, segundo estudos do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), o envelhecimento da população segue em ritmo acelerado, apontando que, em 2050, 60% das pessoas em idade ativa terão mais de 45 anos.

Mesmo quando a pessoa está em fase de se aposentar, a existência da previdência social, que auxilia de forma monetária as pessoas nessa faixa etária, nem sempre é suficiente para manter a população com a condição de vida desejável durante esse período da vida. Esse problema faz com que, ainda após a aposentadoria, exista a necessidade de algumas pessoas continuarem trabalhando para o próprio sustento.

Essa é uma situação que merece destaque, pois cada vez mais aumenta o número de famílias que precisa do apoio financeiro dos mais velhos.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no início da década de 1980, a contribuição dos idosos era de 37%; já em 2007 mais da metade da renda de 53% dos domicílios com idosos era fornecida pelos mesmos. Além disso, em 2014, a participação dessa coorte etária entre todos os empregados cresceu de 7,5%, em 2013, para 8,2%.

Apesar de os dados mostrarem que uma parcela significativa da população idosa continua em atividade após a aposentadoria, ainda existe um preconceito da sociedade a respeito das pessoas nessa faixa etária. Segundo Bosi (2001), a velhice vem sendo vivida e compreendida como estágio de ausência de ação, fase de rememoração, ou quando os sujeitos estão cansados de atividade.

Atualmente, o mercado de trabalho ainda não compreende como utilizar as capacidades dessas pessoas com idade mais avançada, apesar de elas desejarem permanecer como agentes produtivos. A dificuldade que essas pessoas sofrem na busca de um emprego pode ser considerada um dos motivos para a crescente taxa de novos empreendedores com idade superior a 55 anos.

Empreendedorismo: um campo que tem ganhado espaço entre os mais velhos

Pode-se entender, como empreendedor, aquele que aproveita ou gera novas oportunidades para a sociedade, a partir de algum processo de inovação. Schumpeter (1997) considera o empreendedor aquele que tem o poder de causar revoluções socioeconômicas na sociedade; segundo o autor, esse processo é denominado de “destruição criadora”.

Cooley (1990) apresenta dez características existentes em um empreendedor, sendo elas: (1) estabelecimento de metas; (2) planejamento e monitoramento sistemático; (3) persistência; (4) comprometimento; (5) busca de informações; (6) busca de oportunidades e iniciativa; (7) exigência de qualidade e eficiência; (8) busca de riscos calculados; (9) persuasão e rede de contatos; (10) independência e autoconfiança.

O empreendedorismo está disseminado e se coloca como atividade fundamental para a geração de riquezas, promovendo o crescimento econômico e aprimorando as condições de vida da população, aparecendo ainda como importante fator de geração de emprego e renda (Global Entrepreneurship Monitor, 2010). Com a crescente taxa de novos empreendedores no Brasil, é essencial o estudo dessa população que se arrisca a criar um negócio próprio.

Também é preciso atenção às novas mudanças na dinâmica da sociedade que estão sempre a aparecer, como o público de empreendedor maduro. Pesquisa elaborada em parceria entre o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), mostra que a taxa de pessoas nessa faixa etária que decidem empreender tem crescido. Em 2013 essa taxa era de 8,3%; já em 2014, 8,8%. O estudo mostra que, em 2014, 8% do total de empreendedores que iniciaram seu próprio negócio tinham idade entre 55 e 64 anos. Já entre os que tem o próprio negócio em estágio considerado estável são 17%. Isso mostra uma tendência de negócios iniciados por pessoas idosas terem maior chance de sucesso.

Não são apenas os números e a necessidade financeira que apontam para o aumento da população mais velha enquanto empreendedora, há também o fator perfil. De acordo com o Sebrae, essa fase da vida pode ser uma boa etapa para iniciar um novo negócio devido ao perfil que existe atualmente: mais pessoas saudáveis e dispostas, que buscam se atualizar ao longo do tempo, com atenção especial à experiência e a maturidade que podem garantir pontos positivos para o empreendedorismo.

Um segmento que tem ganhado destaque na área do empreendedorismo é o público feminino, como aponta o estudo Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas 2014-2015, realizado pelo Sebrae em 2015. De 2003 para 2013 a participação feminina como empreendedoras aumentou de 29,4% para 31,1%, em números absolutos significa 7,3 milhões de empreendedoras. Essa pesquisa também mostra que a distribuição dos empreendedores por faixa etária é predominantemente de pessoas com idade superior a 40 anos. Os dados mostram uma nova tendência que está surgindo, que é o empreendedorismo feminino maduro.

Apesar do crescente número de empreendedores maduros, é preciso observar as características específicas desse grupo para o próprio sucesso de seu empreendimento. A começar por identificar que essa geração não nasceu na era tecnológica, e por isso, muitos deles têm como desafio à barreira do uso de recursos tecnológicos em seus negócios.

A amplitude da inclusão digital

A partir da década de 1990 no Brasil, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) começaram a fazer parte do cotidiano das pessoas, na vida profissional, pessoal e social.

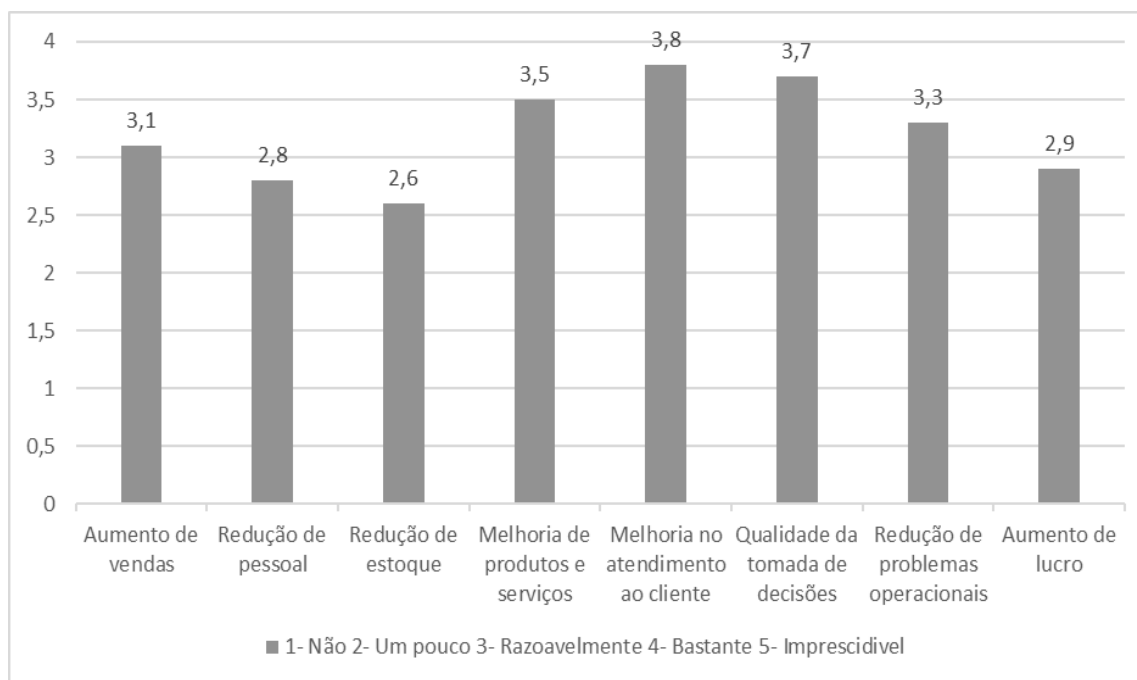
Castells (1999) afirma que a penetrabilidade da revolução tecnológica da informação atinge todas as esferas da atividade humana, aumentando a complexidade da economia, sociedade e cultura em formação.

Todas essas mudanças causadas pelo uso das TICs não geram apenas benefícios para a sociedade. Com o decorrer dos anos, é criado um processo de exclusão social entre aqueles que não conseguiram acompanhar essas mudanças que ocorreram de forma rápida. Brandão e Tróccoli (2006) apontam que há um movimento no sentido de ampliar o conceito de inclusão digital para englobar, além do acesso físico a equipamentos e conexão, também a aquisição de habilidades no uso das TICs, a criação de oportunidades de trabalho, econômicas e de cidadania. Para Silva, Jambeiro, Lima e Brandão (2005), a inclusão digital é um processo que deve levar o indivíduo à aprendizagem no uso das TICs e ao acesso à informação disponível nas redes, especialmente aquela que fará diferença na sua vida e para a comunidade na qual está inserido.

Como mostrado, diversos autores concordam que, para se praticar a inclusão digital não basta apenas fornecer o acesso à tecnologia; é preciso que haja um entendimento por parte do excluído de quais as principais vantagens de se utilizar as TICs. E não só isso; ter também o conhecimento para produzir e usar conteúdos específicos de seus interesses.

Uma das diversas maneiras que contribuem para o aumento da inclusão digital são as capacitações digitais. Voltadas a diferentes públicos e com temas específicos, elas são essenciais para que se tenha um bom entendimento do assunto abordado durante as aulas. As capacitações são importantes para a aplicação de novas metodologias no ambiente de trabalho, e as tecnologias são um exemplo disso, estando cada vez mais necessária nas empresas.

Os benefícios da utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) em pequenas e médias empresas são discutidos há décadas. Um estudo liderado pela Federação da Indústria do Estado de São Paulo (FIESP) mostra que o uso das TICs em Micro e Pequenas Empresas (MPes) pode contribuir com redução de custos, ganhos de produtividade, prospecção de novos mercados, facilidade de relacionamento com clientes e fornecedores, conhecimento do mercado de atuação e da conjuntura econômica, dentre outros fatores imprescindíveis a qualquer empresa que busque uma maior participação e consolidação no mercado global.

Gráfico 1 - Impactos das Tecnologias da Informação e Comunicação nas micro e pequenas empresas

Fonte: FIESP, et al. (2003)

Segundo a pesquisa “As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) nas MPE brasileiras” realizado pelo Sebrae (2008), as principais finalidades de uso em MPEs são, em ordem de importância, e-mail, pesquisa de preço, serviços de bancos, serviços do governo e compras de insumos/mercadorias.

Com base nos benefícios citados acima, em empresas de diversos setores, é essencial o investimento nessa integração das TICs com seus processos para que as novas empresas se tornem mais competitivas e capazes de enfrentar as concorrências existentes no mercado.

Com o crescente número de empreendedores acima de 50 anos, faz-se necessário políticas de inclusão e capacitação digital para essa parcela da população, principalmente voltadas a seus empreendimentos. Foi realizado pelos pesquisadores um curso de capacitação digital e de empreendedorismo para empresárias a partir de 50 anos de idade, intitulado Mulheres 50+ em Rede. Tal curso teve avaliação muito positiva pelas participantes, pois conseguiu aliar conteúdos técnicos relativos à tecnologia e gestão de negócios, considerando-se as especificidades de ser uma turma formada por um grupo etário mais velho (Chiarelli, Granero, & Bestetti, 2017). Portanto, o objetivo desse artigo visa a complementar os resultados apresentados no artigo citado anteriormente.

No estudo atual, objetiva-se apresentar os resultados alcançados no curso Mulheres 50+ em Rede, em termos de aprendizagem, ganhos pessoais e profissionais.

Métodos

Trata-se de uma pesquisa maior de curso de capacitação digital e empreendedorismo, intitulado “Mulheres 50+ em Rede”, que se caracteriza como estudo de caráter quali-quantitativo para empresárias a partir de 50 anos de idade. Participaram da pesquisa 28 empresárias maduras, residentes na cidade de São Paulo (SP).

O curso “Mulheres 50+ em Rede” ocorreu em 2015 e teve como objetivo, de maneira introdutória, motivar o empreendedorismo feminino e também de apresentar recursos digitais que poderiam melhorar a gestão e o faturamento das empresas. Sendo assim, o curso não se classifica como de letramento digital, mas, sim, de capacitação de conhecimentos virtuais de utilidade empresarial.

Para isso, o curso foi divulgado durante um mês em diferentes canais virtuais e sua inscrição ocorreu por meio de formulário on-line. O processo seletivo ocorreu em três fases de caráter eliminatório, de modo a selecionar as candidatas que poderiam melhor aproveitar os conteúdos oferecidos. As fases foram as seguintes: a) análise dos critérios de seleção básicos; b) análise das respostas abertas; c) entrevista individual.

Na primeira fase foram analisados os critérios de seleção básicos, tais como: ser mulher; ter 50 anos de idade ou mais; ser proprietária de um negócio, sendo esse formal ou informal; ter residência na cidade de São Paulo; ter disponibilidade para participar dos módulos; ter acesso à internet ao menos uma vez por semana; e aceitar assinar o Termo de Compromisso. O Termo de Compromisso se refere ao comprometimento das participantes em frequentar ao menos a 75% do curso e autorizar a disponibilização dos dados coletados.

Na segunda fase foram analisadas as respostas abertas descritas a seguir: “Conte as principais dificuldades que enfrenta em seu negócio” e “Por que gostaria de participar desse curso?”. Os critérios de avaliação utilizados foram referentes à pertinência das respostas quanto a possíveis contribuições que o curso pudesse vir a oferecer. A última fase correspondeu à entrevista individual e presencial, a qual objetivou esclarecer possíveis dúvidas e fazer questionamentos, como também confirmar a disponibilidade da participante em participar do curso e aceitar assinar o Termo de Compromisso.

Para que o curso pudesse ser oferecido com qualidade, respeitando o tamanho do espaço e também elencando uma quantidade de pessoas adequada para realização de dinâmicas e outras formas de aprendizagem, foi estipulado o número máximo de 30 participantes.

O local do curso foi no campus Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo. O curso foi oferecido de modo gratuito e organizado em dez módulos durante o período de dois meses, com duração total de 40 horas. Os módulos foram planejados de acordo com três pilares: empreendedorismo feminino, capacitação digital e estímulo para criação de uma rede colaborativa entre as participantes. Cada um dos conteúdos propostos foi iniciado com conhecimentos mais genéricos e, de acordo com o avançar da turma, houve o aprofundamento.

Cada módulo teve duração de quatro horas, sendo organizados em dois períodos. No intervalo entre os períodos era oferecida uma pausa média de quinze minutos para que as participantes pudessem se alimentar, a fim de não ficar um longo período em jejum. Em todos os encontros, isso foi realizado por motivos de prezar pelo bem-estar das participantes, ainda mais considerando ser um público formado por pessoas mais velhas. Além disso, esse momento foi entendido como uma estratégia para que as participantes pudessem interagir e, assim, ser mais uma oportunidade de elas estabelecerem relações e trocarem experiências.

Ao final de cada módulo, cada participante respondia a uma pesquisa de satisfação de modo anônimo. As próprias participantes respondiam diretamente ao formulário on-line de avaliação. Foi destinado em torno de 15 minutos ao final de cada módulo para esse preenchimento.

Instrumentos

Nesse artigo, serão apresentadas as seguintes variáveis retiradas do protocolo de pesquisa, a saber:

- a) Variáveis sociodemográficas. Para caracterização das participantes segundo idade, sexo, escolaridade, status conjugal e renda.
- b) Formulário de avaliação do curso. Para obter informações referentes à aprendizagem percebida, desenvolvimento de habilidades percebidos e aplicação empresarial.

O formulário é composto por treze perguntas fechadas utilizando escala Likert de 1 a 5 pontos, referentes ao Desenvolvimento de Habilidades, Aprendizagem e Didática. Já para a Avaliação Global de cada Módulo, foi utilizada a escala Likert de 0 a 10 pontos.

Tratamento e análise de dados

Para descrever o perfil da amostra, frequência no curso e as variáveis referentes à avaliação dos módulos, foram feitas tabelas de frequência com valores absolutos (n) e percentuais (%), e estatísticas com valores de média em valores absolutos (n) e percentuais (%).

Resultados e Discussão

O grupo de empreendedoras que participou da capacitação, totalizando como já citado 28 participantes, possuem idade média de 57 anos, alto nível de escolaridade, 62% possui graduação completa, seguida de 27% com pós-graduação completa e, por último, também havia empreendedoras com ensino médio completo (11%).

Quanto à situação econômica, a maior parte das participantes (46%) apresenta renda de três a cinco salários mínimos, seguidos por 26% que relataram sete ou mais salários mínimos. Elas autorrelatam a sua situação econômica, como média (69%), boa (23%) e má (8%).

Houve expressiva adesão das participantes no curso, com apenas uma desistência devido a problemas de ordem pessoal. A frequência média foi de 25 participantes por módulo, sendo que a falta máxima por participante foi de dois encontros, conforme consta no Termo de Compromisso assinado por elas. Apesar dessa possibilidade de faltar duas vezes no curso, 40% das participantes frequentaram todos os módulos. Esse dado demonstra que o conteúdo foi organizado de modo a contemplar as necessidades das empreendedoras em termos de capacitação. Para ter acesso ao conteúdo programático, acesse estudo de Chiarelli, Granero e Bestetti (2018).

De acordo com média geral do curso, 92% concordaram totalmente com a afirmativa de que houve ganhos pessoais durante os encontros. Vieira e Santarosa (2009) mostraram que as principais motivações para que se faça um curso de capacitação são:

(1) necessidade de crescimento pessoal por meio da aprendizagem relacionada com a autoeficácia para, com isso, participar de uma sociedade cada vez mais tecnológica; (2) necessidade de interação com o outro, seja pela utilização de ferramentas de comunicação on-line, pelo contato com colegas do curso de informática, ou ainda pela possibilidade do uso da tecnologia junto de familiares; e (3) possibilidade de satisfação pessoal ao realizar atividades como passatempos e jogos e, com isso, manter a estimulação mental ou sentir-se menos solitário.

Outra informação que vai ao encontro com o que a literatura apresenta como motivação para participar de um curso de capacitação é com relação à convivência da turma. Durante o decorrer do curso, 76% afirmaram que puderam trocar experiências com as colegas. Segundo Almeida (2003), um dos fatores que desmotivam as pessoas a realizarem cursos é a falta de interação entre os alunos. Esse dado revela que as trocas entre as participantes podem ser consideradas um dos pontos fortes do curso.

Já sobre o âmbito empresarial, 83% alegaram que iriam aplicar em sua empresa os conhecimentos aprendidos nos módulos. A partir dessa informação, pudemos entender que há a necessidade e o espaço para serem promovidas capacitações tecnológicas com o intuito de desenvolvimento de pequenos negócios. Pode-se concluir que a intenção de aplicarem os novos aprendizados em seus negócios é o de se tornarem mais competitivas e, portanto, obterem diferenciais em relação aos seus concorrentes.

Trazer novos aprendizados e tecnologias para o seu empreendimento é um grande diferencial no ambiente do mercado. Por isso, houve a grande preocupação quanto à organização e didática utilizada no curso para que ocorresse uma aprendizagem efetiva e não apenas a transmissão de informação.

Direcionado para a aprendizagem, as participantes apresentaram graus diferentes de conhecimento prévio sobre os assuntos. De acordo com a escala Likert de 1 a 5 pontos, sendo que 1 representa baixo nível; e 5, alto nível, 38% relataram ter um conhecimento prévio de nível 3; seguido de 25% que tinham nível 2; e 17%, nível 4. Ou seja, as alunas já chegaram para realizar o curso com um conhecimento mediano sobre o assunto, de acordo com seu autorrelato.

Ao que se refere aos conhecimentos aprendidos no curso, grande parte classificou como de nível 4 (45%); seguido de 28% que apontou nível 5.

Os dados demonstram que, apesar de o grupo ser inicialmente heterogêneo quanto à bagagem de informações prévias que possuíam sobre cada conteúdo, foi possível gerar conhecimento nos diferentes níveis, a fim de que conseguisse atingir níveis mais altos. Ou seja, em todos os módulos houve a preocupação de iniciar com conhecimentos mais genéricos, seguidos por algum aprofundamento, a fim de que a turma de modo geral conseguisse entender o conteúdo e também pudesse problematizá-lo. Os resultados estão representados na Tabela 1.

Tabela 1 - Autorrelato das participantes sobre o nível de conhecimento sobre o conteúdo antes e após o curso Mulheres 50+ em Rede, São Paulo, 2015

Nível	Conhecimento prévio (%)	Conhecimento aprendido no curso (%)
1	12	0
2	25	3
3	38	24
4	17	45
5	8	28
Total	100	100

Quanto à avaliação global do curso, seguindo a escala Likert de 0 a 10 pontos, a média foi de 9 pontos, demonstrando que os interesses das participantes foram ao encontro do conteúdo proposto. Ter pontuado uma nota elevada como essa, em questionários anônimos, reforça o quanto o curso proporcionou resultados positivos, seja em ganhos pessoais como também profissionais.

Considerações Finais

Com base nas análises realizadas a partir dos dados obtidos pelos questionários, podemos concluir que o curso “Mulheres 50+ em Rede” foi muito importante para o desenvolvimento das alunas. Os dados mostram que, em relação ao conhecimento prévio, a turma era bem heterogênea e, no final do curso, as participantes afirmaram ter adquirido conhecimento dos assuntos oferecidos, e mais de 80% confirmou que iria aplicar os conhecimentos obtidos em sala de aula para o dia a dia de suas empresas.

Dado o cenário mostrado, é possível concluir que há uma considerável demanda de capacitações digitais para o público maduro. Acompanhar se essas participantes estão sendo bem-sucedidas em seus novos empreendimentos poderá ser na próxima etapa deste estudo.

Referências

Almeida, E. M. (2003). Educação a distância na internet: abordagens e contribuições dos ambientes digitais de aprendizagem. *Educação e Pesquisa*, 29(2). Recuperado em 20 outubro, 2016, de: <http://www.scielo.br/pdf/ep/v29n2/a10v29n2>.

Bosi, E. (2001). *Memória e sociedade*. São Paulo, SP: Companhia das Letras.

Brandão, M. F. R., & Tróccoli, B. T. (2006). Um modelo de avaliação de projeto de inclusão digital e social: casa Brasil. In: XVII Simpósio Brasileiro de Informática, 2006, Porto Alegre, RS. *Anais do XVII Simpósio Brasileiro de Informática na Educação, 1*, 174-183. Sociedade Brasileira de Computação, Porto Alegre, RS.

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede - a era da informação: economia, sociedade e cultura*. (3ª ed.). São Paulo, SP: Paz e Terra.

Chiarelli, Granero, & Bestetti. (2017). Mulheres 50+ em rede: Avaliação de um curso de capacitação digital e de empreendedorismo feminino maduro. São Paulo, SP: PUC-SP: *Revista Kairós-Gerontologia*, 20(3), 253-272. Print ISSN 1516-2567. ISSN 2176-901X. Recuperado em 20 dezembro, 2017, de doi: <http://dx.doi.org/10.23925/2176-901X.2017v20i3p253-272>, em

Cooley, L. (1990). *Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance*. Final Report. Contract N. DAN-5314-C-00-3074-00. Washington, USA: USAID.

Coutrim, R. M. E. (2006). Idosos trabalhadores: perdas e ganhos nas relações intergeracionais. *Sociedade e Estado*, 21(2), 367-390. Recuperado em 20 junho, 2016, de: <http://www.scielo.br/pdf/se/v21n2/a04v21n2.pdf>.

Federação da Indústria do Estado de São Paulo, Centro das Indústrias do Estado de São Paulo & Fundação Instituto de Pesquisa Econômicas da USP. (2003). *Pesquisa digital - perfil da empresa digital*. (2ª ed.). São Paulo, SP.

Global Entrepreneurship Monitor. (2010). *Empreendedorismo no Brasil - relatório executivo*. Curitiba, PR: IBPQ.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE. (2010). *Dados do censo 2010 publicados no Diário Oficial da União do dia 04/11/2010*. Recuperado em 16 junho, 2016, de: <http://censo2010.ibge.gov.br/>.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE. (2016). *Projeção da população do Brasil e das unidades de Federação*. Recuperado em 16 junho, 2016, de: <http://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE. (2014). *PNAD 2014: População desocupada cresce, mas tendência de redução da desigualdade se mantém*. 2014. Recuperado em 20 junho, 2016, de: <http://saladeimprensa.ibge.gov.br>.

Granero, C. de L., Chiarelli, T. M., & Bestetti, M. L. T. (2019). Mulheres 50+ em rede: Capacitação digital e empreendedora para empresárias a partir de 50 anos de idade. *Revista Kairós-Gerontologia*, 22(1), 367-380. Print ISSN 1516-2567. ISSN 2176-901X. São Paulo (SP), Brasil: FACHS/NEPE/PEPGG/PUC-SP

Schumpeter, J. A. (1997). *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico*. São Paulo, SP: Nova Cultural.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Sebrae. *O Papel estratégico da tecnologia da informação nas micros e pequenas empresas*. Recuperado em 4 setembro, 2016, de: <http://docslide.com.br/documents/o-papel-estrategico-da-tecnologia-da-informacao-nas-mpe.html>.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Sebrae. (2008). *As tecnologias de informação e comunicação (TICs) nas MPEs brasileiras*. Recuperado em 4 setembro, 2016, de: observatorio.sebrae.com.br/midias/downloads/01042015150737.pdf.

Silva, H., Jambeiro, O., Lima, J., & Brandão, M. A. (2005). Inclusão digital e educação para a competência informacional: uma questão de ética e cidadania. Brasília, DF: *Ciência da Informação*, 34(1), 28-36. Recuperado em 20 dezembro, 2017, de: <http://dx.doi.org/10.1590/S0100-19652005000100004>.

Vieira, C., M. & Santarosa, C. M. L. (2009). O uso do computador e da internet e a participação em cursos de informática por idosos: meios digitais, finalidades sociais. *Anais do SBIE, 2009*. Recuperado em 20 outubro, 2016, de: <http://www.br-ie.org/pub/index.php/sbie/article/view/1145/1048>.

Recebido em 06/10/2018

Aceito em 30/03/2019

Caio de Lima Granero - - Graduando em Sistemas de Informação, Universidade de São Paulo, USP.

E-mail: caio.granero@usp.br

Tássia Monique Chiarelli - Gerontóloga e Mestre em Gerontologia, Escola de Artes, Ciências e Humanidades Universidade de São Paulo, USP. Doutoranda em Gerontologia, Universidade Estadual de Campinas, Unicamp. Docente na pós-graduação, Gerontologia São Camilo.

E-mail: tassiamonique@usp.br

Maria Luisa Trindade Bestetti - Arquiteta, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestre e Doutora, FAU/USP. Professora no curso de Graduação em Gerontologia, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, USP. Possui formação complementar através do MBA em Gerenciamento de Projetos pela Fundação Getúlio Vargas. E-mail: maria.luisa@usp.br