

**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE HORTOLÂNDIA TÉCNICO  
EM ADMINISTRAÇÃO**

**CAMILA LOPES MENDONÇA**

**GABRIELA DE OLIVEIRA NÓBREGA**

**ISABELLY FURLAN DOS SANTOS**

**VITÓRIA LUIZA GOMES BANDEIRA**

**CONSULTORIA DE MARKETING DIGITAL DE MODO EXCLUSIVO A GERAÇÃO “X”**

---

## RESUMO

A ideia se dá em uma consultoria de marketing digital de modo exclusivo a geração "X" com o objetivo de capacitá-los no quesito marketing digital para reintroduzi-los no mercado de trabalho - pois o etarismo (preconceito sobre a idade de alguém) os deixa sujeitos a terem dificuldade de se incluir no mesmo - de forma tecnológica e gerando uma nova competência técnica servindo tanto para funcionário em uma empresa quanto para ser um empreendedor autônomo, os incentivando a se reinventar e mitigar os estereótipos formados pelo etarismo. Após aplicado em quatro empreendedores autônomos, os resultados são positivos levando em consideração o aumento na visibilidade dos perfis nas redes sociais, novo aprendizado em estratégias de marketing digital e seu uso para alcançar o público alvo e, ademais, favorecer a conscientização sobre o combate ao etarismo. Portanto, o marketing digital aplicado foi eficiente pois, além de cooperar com o negócio dos empreendedores seniores, os atribuiu uma nova competência técnica, aprendizados e incentivo para se recolocarem no mercado de trabalho de uma forma autônoma mais eficiente.

Palavras-chaves: Etarismo, empreendedores, geração, inclusão

## INTRODUÇÃO

As tecnologias avançam cada vez mais com o passar dos anos, tornando-se obsoletas em um curto período de tempo, isso faz com que as empresas tenham pouco tempo para se adaptar às novas inovações e se modernizar. Graças a esses avanços, a conexão entre inovação tecnológica e marketing tornou-se uma necessidade muito procurada em empresas de todo o mundo. Em um ambiente onde a comunicação é algo extremamente necessário, ela deve ser eficaz para proporcionar uma experiência única aos consumidores. E é nesse cenário que a tecnologia surge como ferramenta essencial no marketing digital nas empresas e é uma aliada que traz resultados concretos e efetivos para seus usuários. “Design não é apenas o que se vê e o que se sente. O design é sobre como funciona.” (JOBS STEVE)

Considerando agenda da ONU (Organização das Nações Unidas) o tópico escolhido para representar o trabalho foi: 8.3 Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros.

O objetivo geral propõe capacitar profissionais de meia-idade e inexperientes, no quesito administração de marketing digital para introduzi-los no mercado de trabalho de forma tecnológica, fornecendo ferramentas para auxiliá-los profissionalmente, demonstrando a eficiência destas ferramentas na atualidade, ampliando o campo de visões e conhecimentos do assunto. De modo complementar, o objetivo específico tem como intuito empregar o marketing digital no negócio de profissionais maduros que querem iniciar, ou já iniciaram, como MEI ou empresário autônomo, e são leigos no meio digital, trazendo clareza e objetividade. Ajudando a desenvolver a empresa em estratégias de divulgação via redes sociais como Instagram, Facebook, na criação de propaganda e publicidade digital. Alcançar o público alvo e conseqüentemente conquistar clientes fiéis. “Publicar conteúdo que mostre para seus compradores que você entende o problema deles e mostre como resolver é o que você precisa para gerar credibilidade” (ALBEE ARDATH).

Entretanto, há uma problemática muito evidente, devido a ascensão do home office ocasionada pela pandemia, muitas pessoas de meia idade perderam seus empregos.

Segundo dados da Economia UOL do ano de 2021, a taxa de desemprego de pessoas com 50 anos ou mais teve um salto em seus números em 2020, com um crescimento de 4,5%, isso se dá devido a pandemia, ultrapassando 7% pela primeira vez desde 2012, mais de 400 mil brasileiros nessa faixa etária sofreram com o desemprego. Contudo, esse cenário não é um problema atual, tal como é apresentado no filme "Senhor Estagiário" de Nancy Meyers, que retrata perfeitamente a dificuldade atual da geração x de se inserir e adaptar na sociedade moderna, não por ser incapaz, mas sim, por ninguém acreditar em seu potencial. Isso é chamado de etarismo, um

preconceito gerado em relação a idade de alguém, causando injustiça e desvantagem. Essa problemática vem crescendo cada vez mais com a nova geração modernizada, na qual empresas preferem ambientes cada vez mais tecnológicos e não dão espaço para a inclusão de profissionais mais experientes. De acordo com Tomas ChamorroPremuzic, professor de psicologia de negócios em Universidades de Nova York e Londres, em conjunto com Josh Bersin fundador da Josh Bersin Academy (escola de pesquisa e desenvolvimento profissional para o RH), afirmam que as pessoas com mais tempo de casa são as que têm mais êxito como empreendedoras. Aquelas com mais de 40 anos têm três vezes mais chances de criar uma empresa promissora por sua natureza paciente e colaborativa, diferente dos mais jovens que carregam mais atitudes de “auto-afirmação”.

Com base nesse entendimento, como o marketing digital pode ajudar essas pessoas a crescerem no mercado de trabalho e financeiro?

A justificativa apresenta como o marketing digital auxilia no crescimento empresarial, acadêmico e econômico. Como abordado anteriormente, a taxa de desemprego em relação a geração X aumentou devido a pandemia, e a consultoria incentivaria pessoas nessa faixa etária que tem interesse em iniciar ou já iniciaram como MEI ou empresário autônomo, e não tem conhecimento em marketing digital. Nessa faixa etária é comum os profissionais sofrerem com o etarismo - subestimar a capacidade de alguém por sua idade - que, de acordo com a ONU, está associado a uma expectativa de vida mais curta, pior saúde física e mental e declínio cognitivo. Por razão disso, reduz a qualidade de vida aumentando o isolamento social e solidão, ambos fatores associados a sérios problemas de saúde. Portanto, a consultoria os auxiliaria a crescer na sua empresa com o marketing digital e consequentemente ajudar no combate ao etarismo mostrando que pessoas de meia idade são capazes de trabalhar com marketing digital.

## **2. DESENVOLVIMENTO**

### **2.1 Contextualização – segmento/área/empresa onde será desenvolvida a pesquisa**

O estudo tem como foco empresas iniciantes de pessoas da geração X (42 à 58 anos), onde há à procura de empresários autônomos que possuem dificuldade na divulgação de seus produtos de forma on-line.

O empreendedor individual/empresário autônomo, consiste em um profissional que decide trabalhar de maneira própria sem conexão empregatício, de modo independente. E o marketing está relacionado ao desafio do estereótipo posto as pessoas consideradas velhas, e valorizar os conhecimentos e experiências dos mesmos, promovendo a diversidade e inclusão de todas as faixas etárias.

O estudo tem como foco quatro empresas, sendo elas:

A primeira empresa é Bolachas de leite da Jô, que trabalha no ramo de bolachas artesanais, inaugurada no começo de 2023. A fundadora é Joana Angela, uma educadora infantil que em seu tempo livre passou a praticar seu hobby favorito e sendo assim conseguiu tirar uma renda extra. Conta com poucos concorrentes pois ela está no início de suas vendas, ainda não está bem estabilizada no mercado de trabalho e, atualmente, Joana trabalha sozinha, trabalhando em dobro para conseguir produzir sua mercadoria e administrar suas vendas.

Como segunda empresa para a aplicação do marketing digital, é um empresário novo no mercado empreendedor. A empresa autônoma iniciou em abril de 2021, por um morador de Hortolândia, que realiza as vendas casuais como renda extra unicamente, tem como produto de venda mel e derivados e a influência para a escolha do produto foi um interesse pessoal sobre a área de apicultura. Sua iniciativa na criação da empresa se deu por desejar oportunidade de um novo aprendizado, e também pensando a longo prazo, pós aposentadoria, procurando estabilidade em relação ao seu negócio, vendas e divulgação.

A terceira empresa que colabora com o projeto do trabalho é Elizabeth: Motorista para mulheres, onde realiza corridas agendadas apenas para mulheres e crianças, visando assim, segurança para as mesmas. A empreendedora autônoma está dentro da faixa etária proposta (geração X) e começou no final da pandemia, em aproximadamente 2021, com a visão de uma nova e boa oportunidade que atenderia as necessidades das mulheres e mães que precisam de corridas para elas e/ou filhos, mas que tem receio e se sentem inseguras com homens, além de ser uma renda extra.

A quarta e última empresa colaboradora é Carla Magalhães – Presentes, uma loja virtual com perfis no *Instagram*, *Tiktok* e *WhatsApp* onde tem como foco a venda de roupas *fitness* e pijamas. A empreendedora autônoma, dentro da geração X, iniciou suas atividades em 2020, na pandemia, como forma de uma renda extra.

## **2.2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.2.1 Estereótipos em relação ao profissional sênior**

Ao tratar sobre profissionais seniores geralmente eles são relacionados à características estereotipadas, fruto de preconceitos que, assim, promovem a discriminação no mercado de trabalho.

Em 2021 foi elaborada uma pesquisa por Antônio Navatta, em sua dissertação de mestrado, onde foram feitas entrevistas com CEOs e cofundadores de instituições especializadas na temática da longevidade em relação ao mercado de trabalho e experientes em operar com empresas e pessoas acima da geração X. E a partir dessa pesquisa constataram estereótipos negativos comuns sobre profissionais acima de 50 anos, alguns deles são: Absenteísmo (faltas no trabalho), carentes de criatividade, dificuldade com a tecnologia, dificuldade em aprender coisas novas, e etc.

Através desse pensamento, pessoas de mais idade acabam sendo totalmente excluídas do mercado de trabalho, porém através de pesquisas vários autores já afirmaram diversos pontos positivos sobre colaboradores sênior.

Tavares (2014) diz que em sua pesquisa de mestrado percebeu que, sobre atividades que só eles desempenhavam, os "50+" apresentavam lealdade no trabalho, se preocupando em "deixar o chefe na mão" e assim passaram a adiar a aposentadoria. Também apontou um *turnover* bem menor em relação às gerações mais novas que, em busca de alcançar cargos maiores, buscam mudar de empresas. Sênior tem mais habilidade em tomar decisões, mais capacidade cognitiva, melhor comunicação, paciência e empatia.

[...] o profissional sênior é mais eficaz. No meu ponto de vista, ele consegue além de realizar, atingir aquele objetivo, encontrar formas de reduzir o tempo, de perder menos tempo com erros ou com a repetição de erros. Então, é a dicotomia entre eficiência e eficácia, eu vejo que essa soma, ela pode ser muito, pode não, ela será muito boa. Para isso acontecer de forma tranquila, as empresas precisam criar um ambiente receptivo, entender que isso tem valor [...] (HENKEL, *apud*.CABRERA,2021, p.41)

[...] O fato de o sênior ter vivido mais, ter experimentado mais, ter na sua família, um filho, possivelmente, da mesma idade que muitos profissionais que ele vai se relacionar, talvez isso facilite nesse jogo das negociações. Saber a hora de avançar uma posição, saber a hora de recuar uma posição, porque a vida corporativa é essa, não é só avançar, avançar, avançar, às vezes é desviar, às vezes é parar e voltar, fazer a pessoa chegar a sua conclusão. Eu vejo que essa é uma grande qualidade desse profissional, ele vai trabalhar com pessoas que ele já conviveu em outros momentos, em outros ambientes obviamente, em ambientes familiares a maioria deles (HENKEL, *apud*.CABRERA,2021 p.42).

### 2.2.2 Envelhecimento da população e importância do combate ao etarismo

A população brasileira está envelhecendo e em um futuro próximo será a maioria no Brasil.

[...] Enfatiza-se o fato de que, desde 1940, é o grupo etário com 60 anos ou mais o que proporcionalmente mais cresce na população brasileira. De 1980 ao ano 2000 eles crescerão 107%, enquanto os menores de 15 anos crescerão apenas 14%. [...] (Revista de Saúde Pública Luiz Roberto Ramos et al.)

[...] Chegaremos ao ano 2025 com uma população de cerca de 34 milhões de pessoas acima de 60 anos, uma população maior do que a de qualquer Estado brasileiro na atualidade. Essas pessoas serão as nascidas a partir de meados deste século e que hoje encontram-se no apogeu de suas vidas produtivas, muitas em posição de decisão sobre os rumos políticos e econômicos da nação. Cabe a essa geração trabalhar para que se inicie um planejamento a curto, médio e longo prazos, visando ao estabelecimento de uma política de bem-estar social e de cuidados à saúde da população de idosos no Brasil. [...] (Revista de Saúde Pública Luiz Roberto Ramos et al.)

Portanto, com o aumento da população mais velha e o declínio da população mais jovem, existirá um grande impasse no futuro se profissionais de mais idade ainda estiverem sendo excluídos do mercado de trabalho, o etarismo é uma barreira que causa diversos impactos na sociedade tanto no mercado de trabalho quanto na qualidade de vida das pessoas.

[...] tem que ter uma conscientização da sociedade como um todo, que a gente está envelhecendo, isso está acontecendo rápido, e que a gente precisa desde criança ter essa noção, pra não achar que envelhecer é uma coisa ruim, ou que nunca vai acontecer com a gente... “Nunca vou chegar lá”. Isso ainda é muito forte na nossa sociedade, e ter oportunidades de tudo, não só de trabalho, mas uma inclusão maior das pessoas mais velhas na sociedade como um todo, já que daqui a pouco elas vão ser 1/3 da população, depois metade da população, depois maioria, então é uma questão de sobrevivência, porque afinal de contas, com sorte, todos nós chegaremos lá (LITVAK,2019 apud.CABRERA,2021 p.39).

[...] o mercado de trabalho ainda é muito voltado para os jovens. O preconceito etário é muito presente na nossa sociedade, mas no mercado de trabalho ele é ainda mais forte, mais cruel. Com 40 anos já começa a ficar difícil, principalmente para as mulheres. Com 50 anos, as pessoas já ficam invisíveis, e a gente está vivendo 80, 90, 100 anos. As crianças que estão nascendo hoje, facilmente vão passar dos 100 anos. Estamos vivendo cada vez mais, tendo cada vez menos filhos, então impacta em tudo, na sociedade toda. Mas se a gente está vivendo mais, a gente vai precisar se manter por mais tempo. Para se manter, a gente tem que trabalhar, porque também não vai ter aposentadoria para todo mundo, ou para quase ninguém [...] (LITVAK,2019 apud.CABRERA,2021 p.42-43).

### 2.2.3 O marketing digital como forma de combate ao etarismo

As tecnologias do mundo atual estão sempre avançando ao longo dos anos, influenciando diretamente o mercado de trabalho e, conseqüentemente, os trabalhadores, que precisam estar sempre atualizados, como já foi dito anteriormente no trabalho. Portanto, para a geração X adiante é mais complexa essa questão de adaptação às novas tecnologias, por não serem motivados a trabalhar com meios digitais e por terem uma mentalidade diferente sobre o mercado de trabalho comparado as gerações atuais que cresceram já inseridas nesse mercado com empresários autônomos, consultorias, home-office e etc.

Se a empresa continuar olhando para os jovens e continuar tendo um plano de carreira que é linear, ou seja, chega no topo, acabou, vai embora, aí realmente vai ser complicado. Agora, se ela começa a entender que a vida e

a carreira são mais longevas, que as pessoas precisam de apoio e incentivo pra se manterem atualizadas, o tal do life long learning, ela vai acabar tendo um diferencial, porque tem pesquisas que mostram que a partir de uma certa idade as pessoas não são mais nem convidadas pra participar de treinamentos de desenvolvimento nas organizações, e acaba focando nos jovens. Então, isso é uma ameaça, porque vai ter cada vez menos jovem. Para eles é estranho ficar muito tempo trabalhando no mesmo lugar (LITVAK,2019, *apud*.CABRERA,2021 p.45 ).

É necessária uma mudança de mentalidade, de inspiração e depois capacitação de fato, e por fim trazer oportunidades aos profissionais maduros...Precisam de um treinamento mais contínuo, mentoria reversa é bacana, e uma preparação, não preparação necessariamente para a aposentadoria, mas para a longevidade. A pessoa tem que ter um apoio da organização para desde já começar a pensar num plano B, o que que vai fazer a hora que sair desse mundo corporativo, ter um planejamento financeiro, um autoconhecimento (LITVAK,2019, *apud*.CABRERA,2021 p.45).

As organizações, com estratégias, políticas e práticas de gestão da longevidade e da diversidade etária da força de trabalho, e o próprio indivíduo com protagonismo, atitude empreendedora, de aprender ao longo de toda a vida, de se reinventar, de se adaptar ao novo contexto, ao novo cenário, são fundamentais (TAVARES,2014, *apud*.CABRERA,2021 p.45).

[...] A tecnologia serve para conectar as pessoas e empresas, e não para excluir. O foco é fazer com que os seniores aprendam e empreendam, e para isso, são capacitados para o mercado digital. [...] (NAVATTA, 2021p.29)

Assim, capacitar os profissionais maduros utilizando o marketing digital é uma ótima forma de trazer um novo aprendizado, dando abertura para reinventar e assim, recolocá-los no mercado de trabalho atual e mitigar os estereótipos formados pelo etarismo.

## **2.3 METODOLOGIA**

Como metodologia para a pesquisa de campo, foi realizado um questionário on-line com o uso da plataforma Google forms, na qual foi compartilhado por familiares e conhecidos da comunidade.

A pesquisa de campo é o tipo de pesquisa que pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada. Ela exige do pesquisador um encontro mais direto. Nesse caso, o pesquisador precisa ir ao espaço onde o fenômeno ocorre, ou ocorreu e reunir um conjunto de informações a serem documentadas [...] (GONSALVES 2001, p.67).

Portanto, sabe-se que a predominância do público atingido é a geração X, na qual desencadeou no desenvolvimento atual, com base nas respostas e entrevistas realizadas, com a informação principal de que mais da metade dos entrevistados realizam vendas, porém com mínimo conhecimento sobre o marketing, de modo que tenham interesse no aprendizado na área.

## **2.4 SITUAÇÃO ATUAL**

O estereótipo é a base para o preconceito e a discriminação no mercado de trabalho, com abordagem negativa em relação aos profissionais seniores nas mesmas, como a dificuldade com a tecnologia e em aprender coisas novas. As pessoas não têm paciência para tentar ensiná-los e incluí-los na tecnologia, conseqüentemente, pessoas de mais idade se sentem desmotivadas a se permitirem aprender mais sobre o assunto. Esses são um dos principais pontos do julgamento a esses profissionais no mercado de trabalho, e os principais fatores do porque deixam de contratar pessoas a partir da geração X (42 anos).

De acordo com um estudo da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-Eaesp), 10% de 140 empresas apresentam uma política de contratação de pessoas acima da geração X, e apenas 6% oferecem planos de carreiras diferenciadas para essa faixa etária. As organizações quase não têm interação entre profissionais mais jovens e mais maduros, e sem estimular essas trocas de experiências nas empresas, fica mais difícil combater o etarismo nas mesmas.

Sintetizando, como é baixo o nível de contratação de profissionais seniores, uma boa forma de continuarem empreendendo seria partirem para os empreendedores autônomos, onde teriam seu próprio negócio e formariam uma nova renda, porém surge um impasse em relação a falta de motivação desse público - formada pelo preconceito - a aprender coisas novas, mexer com tecnologia, entre outro.

Aplicadas ao projeto, foram selecionadas, por meio da pesquisa de campo, empresas autônomas ambas geridas por pessoas da geração X, que tem pouco conhecimento sobre marketing digital e utilizam como método de divulgação publicações pelo WhatsApp - contato pessoal - de modo que alcançam somente pessoas que se tem vínculo, não atingindo um público amplo e desajado, de maneira amadora.

## **2.5 SITUAÇÃO PROPOSTA**

A situação proposta se dá em incentivar profissionais da geração X a diante a trabalharem como MEI ou empresários autônomos e utilizarem o marketing digital como setor de divulgação e publicidade, contribuindo para o melhoramento da empresa e servindo também como meio de combate ao etarismo fazendo profissionais

seniores se reestabelecerem no mercado de trabalho ampliando sua competência técnica.

## 2.6 RESULTADOS OBTIDOS

A consultoria atuou em quatro empreendedores autônomos: "Bolacha de leite da Jô"; "Mel do ursão"; "Drive Eliza" e "Carla Magalhães Presentes".

Para cada uma das empresas foi criado um logotipo, conta no Instagram e postagens, design para cartão visita, panfletos, tabela de valores, cartão de agradecimento, pedido de feedback e embalagem. Pelo ramo das empresas serem diferentes, cada criação e design foi feito especificamente para a mesma.

### 2.6.1 Contas do Instagram

Em todas as contas foram criadas legendas para a biografia, destaques organizados com informações de fácil acesso aos clientes e postagens iniciais explicando sobre a empresa, como ela funciona e sobre os proprietários, incluindo também a foto de perfil com o logotipo para fácil identificação. Realizados integralmente de forma estratégica para a divulgação.

### 2.6.2 Atividade das contas no período de um mês

- Bolacha de leite da Jô

Período	Datas	Seguidores
Criação da conta	13 de Outubro	0
Após um mês	13 de Novembro	42

- Mel do ursão

Período	Datas	Seguidores
Criação da conta	13 de Outubro	0
Após um mês	13 de Novembro	39

- Drive Eliza

Período	Datas	Seguidores
Criação da conta	15 de Outubro	0
Após um mês (aproximadamente)	13 de Novembro	22

- Carla Magalhães Presentes

Período	Datas	Seguidores
Início da atuação da consultoria	15 de Outubro	689
Após um mês (aproximadamente)	13 de Novembro	742

Os resultados foram positivos levando em consideração o aumento na visibilidade dos perfis em suas redes sociais durante o período de atuação da consultoria de aproximadamente um mês, logo aumentando o número de vendas em determinados produtos. Desta forma, os proprietários – com o auxílio da consultoria – deram o pontapé inicial em suas empresas no setor do marketing digital e, assim, podem prosseguir utilizando o novo aprendizado em estratégias de divulgação relacionados as mídias e seu uso para alcançar o público alvo. Além de promover aos mesmos a conscientização sobre a importância do combate ao etarismo.

## 2.7 CONCLUSÃO

Portando, conclui-se que capacitar profissionais seniores na área do marketing digital é uma forma eficiente de combate ao etarismo pois, além de adicionar uma nova competência técnica à sua bagagem de aprendizados elevando suas chances de ser contratado em uma empresa em razão do setor do marketing digital ser uma grande necessidade atualmente, eles foram motivados a se reinventar no seu próprio negócio e, conseqüentemente, estimular a criatividade e inovação contribuindo ao crescimento

da empresa. Assim, mitigando diversos estereótipos sobre profissionais seniores, proporcionando a eles uma vida mais saudável e contrapondo o preconceito.

## REFERÊNCIAS

RABELO Agnes, Transformação Digital: o que é e quais os seus impactos na sociedade, 11 mar, 20. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/transformacao-digital/>> Acesso em: 02 abril 2023

LIMA Marilia Freires; ARAÚJO Jefferson F. Santos, A utilização das tecnologias de informação e comunicação como recurso didático-pedagógico no processo de ensino-aprendizagem, 22 junho 2021. Disponível em: <<https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/21/23/a-utilizacao-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-como-recurso-didatico-pedagogico-no-processo-de-ensino-aprendizagem>> Acesso em: 02 abril 2023

LOPES Paula, em 24 agosto 2020. Artigo aborda a situação dos idosos no cenário da pandemia. Disponível em: <<https://campuscastanhal.ufpa.br/?p=3414>> Acesso em: 02 abril 2023

MARQUINI Brendom; VICTOR Gabriel; EMANUELE Giovana; ALVES Lindsay; APARECIDA Victoria. A importância do marketing digital para a gestão da marca. Disponível em: <[https://www.etecatibaia.com.br/wp-content/uploads/2022/03/marketing\\_2021\\_2\\_brendomangelomarquini\\_aimportanciadomarketingdigitalparaagestaodamarca.pdf](https://www.etecatibaia.com.br/wp-content/uploads/2022/03/marketing_2021_2_brendomangelomarquini_aimportanciadomarketingdigitalparaagestaodamarca.pdf)> Acesso em: 02 abril 2023

SILVA Leonardo; SILVA Maísa; BRAGA Marcele; HARKUSZ Yani; SANTOS Yasmin. MARKETPLACE: Uma oportunidade para expandir seu negócio. Disponível em: <[https://www.etecatibaia.com.br/wp-content/uploads/2022/04/administracao\\_2021\\_2\\_leonardooliveiraborellidasilva\\_marketplaceumaoportunidadeparaexpandirseunegocio.pdf](https://www.etecatibaia.com.br/wp-content/uploads/2022/04/administracao_2021_2_leonardooliveiraborellidasilva_marketplaceumaoportunidadeparaexpandirseunegocio.pdf)> Acesso em: 02 abril 2023

ALEGRETTI Laís. 'Chego com experiência, mas querem juventude': desemprego entre mais velhos dispara com pandemia. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/bbc/2021/03/15/chego-com-experiencia-mas-querem-juventude-desemprego-entre-mais-velhos-dispara-pandemia.amp.htm>> Acesso em: 04 abril 2023

Preconceito contra o idoso evidencia sua exclusão social. Disponível em: <<https://www.lformolo.com.br/post/Preconceito+contra+o+idoso+evidencia+sua+exclusao+social/95#:~:text=Entre%20os%20idosos%2C%20o%20envelhecimento,mundo%20sejam%20atribu%C3%ADveis%20ao%20envelhecimento.>> Acesso em: 04 abril 2023

230 Frases de Marketing – Confira a lista de frases de marketing mais completa da internet. Disponível em: <<https://www.agenciasense.com.br/blog/230-frases-de-marketing-confira-a-lista-de-frases-de-marketing-mais-completa-da-internet/>> Acesso em: 05 abril 2023

REDAÇÃO NATIONAL GEOGRAPHIC BRASIL, 15 de mar. de 2023, ETARISMO: o que é e como isso afeta a vida das pessoas? Disponível em: <<https://www.nationalgeographicbrasil.com/cultura/2023/03/etarismo-o-que-e-e-como-isso-afeta-a-vida-das-pessoas>> Acesso em: 05 abril 2023

JUNGES Cíntia, Empresas ignoram profissionais mais velhos (e dão tiro no próprio pé), 14 maio 2018. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/economia/livre-iniciativa/carreira-e-concursos/empresas-ignoram-profissionais-mais-velhos-e-dao-tiro-no-proprio-pe-06mfgu6ttjd2ju65gqe36dodj>> Acesso em: 01 junho 2023