

Boletim 2016/2019

# ENDC VIRTUAL

## MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA

André Luiz de Almeida Mendonça  
*Ministro*

Luciano Benetti Timm  
*Secretário da Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor – Senacon*

Juliana Oliveira Domingues  
*Diretora do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor*

Andiara Maria Braga Maranhão  
*Coordenadora da Escola Nacional de Defesa do Consumidor – CENDC*

### EQUIPE TÉCNICA

Ana Cláudia Sant'Ana Menezes  
Marcus Iahn de Souza

## UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Márcia Abrahão Moura  
*Reitora*

Rafael Timóteo de Sousa Júnior  
*Coordenador do Laboratório de Tecnologias da Tomada de Decisão – Latitude*

### PESQUISADORES SÊNIORES

Ugo Silva Dias  
Daniel Benevides da Costa  
Daniel Guerreiro e Silva

### COORDENAÇÃO PEDAGÓGICA

Janaina Angelina Teixeira

### EQUIPE TÉCNICA - UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Angélica Magalhães Neves  
Anna Beatriz de Souza Perotto  
Cristiano Silva Gomes  
Daniel Pereira Gonçalves  
Danielle Xabregas Pamplona Nogueira  
Eduardo Calandrini Rocha da Costa  
Elizabeth Cristina Eduardo da Silva  
Gabriel Tormin Alves  
Janaina Angelina Teixeira  
Jansen Lira Rojas  
Jorge Guilherme Silva dos Santos  
José Wilson da Costa  
Larissa Rosa Silva Slavov  
Laura Souza de Paula  
Leticia Moreira Valle  
Moisés Silva de Sousa  
Natália Rodrigues Faria  
Nayara Gomes Lima  
Patrícia Fernandes Faria  
Sanny Caroline Saraiva de Sousa  
Simone Lucas de Oliveira Aguiar  
Suzane Lais de Freitas

# SUMÁRIO

<b>1. APRESENTAÇÃO da ENDC .....</b>	<b>5</b>
<b>2. METODOLOGIA .....</b>	<b>7</b>
<b>3. ANÁLISE DOS DADOS .....</b>	<b>8</b>
<b>3.1 Número de Cursos e ofertas .....</b>	<b>8</b>
<i>3.1.1 Número de cursos .....</i>	<i>8</i>
<i>3.1.2 Número de ofertas .....</i>	<i>9</i>
<b>3.2. Matrículas .....</b>	<b>14</b>
<b>3.3. Aprovados.....</b>	<b>17</b>
<b>3.4. Contribuição da ENDC para melhorar o conhecimento institucional acerca dos Direitos do Consumidor .....</b>	<b>20</b>
<b>3.5 Avaliação de reação .....</b>	<b>22</b>
<i>3.5.1 Avaliação de reação por curso .....</i>	<i>23</i>
<i>3.5.2 Assimilação do conteúdo .....</i>	<i>25</i>
<i>3.5.3 Capacidade de aplicação do conhecimento .....</i>	<i>26</i>
<i>3.5.4 Capacidade de transmitir os conhecimentos adquiridos no curso a outras pessoas .....</i>	<i>27</i>
<i>3.5.5 Conciliação do curso com as atividades profissionais .....</i>	<i>28</i>
<i>3.5.6 Disponibilidade de computador nos horários que tenho para estudar .....</i>	<i>29</i>
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>30</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>31</b>





# 1. APRESENTAÇÃO da ENDC

A Escola Nacional de Defesa do Consumidor (ENDC), criada em 13 de agosto de 2007, por meio da Portaria Ministerial n. 1.387, promove, principalmente, a formação e capacitação técnica dos agentes e técnicos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) em todo o Brasil, bem como proporciona a construção do conhecimento específico no tocante às relações de consumo, fundamental para a elaboração de políticas públicas. A capacitação técnica desenvolvida pela ENDC, além de aprimorar a qualidade da assistência aos consumidores, também proporciona o fortalecimento da estrutura nacional de defesa do consumidor ao promover a identidade e a harmonia do conhecimento no Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

**Missão:** promover e executar programas e ações de capacitação, construção e disseminação do conhecimento na área de proteção e defesa do consumidor, com vistas ao fortalecimento do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, ao melhor atendimento do consumidor pelas empresas e ao empoderamento do consumidor.

**Visão:** ser referência na formação e na valorização dos profissionais de defesa do consumidor, bem como na disseminação de conteúdos didáticos e instrutivos para o consumidor relativos aos seus direitos.

## Valores:

- **Ética:** Todas as ações são pautadas na transparência e na integridade, bem como na promoção do acesso isonômico aos serviços da Escola.
- **Harmonização:** Foco na harmonização de conteúdos e diretrizes para a prática operacional na área de proteção e defesa do consumidor, e na gestão do conhecimento produzido pela Escola e demais parceiros.
- **Valorização de seus colaboradores:** Primazia da construção e manutenção de clima organizacional que estimule e motive os colaboradores ao desempenho de suas atividades de forma satisfatória e saudável.
- **Foco na excelência:** Busca pela inovação e criatividade no desenvolvimento de processos, projetos e serviços da Escola.
- **Efetividade:** Orientação para o desempenho e resultados alcançados de forma a otimizar o uso dos recursos materiais e imateriais.
- **Melhoria contínua:** Promoção de capacitação continuada dos colaboradores da Escola e seu público-alvo.
- **Compromisso:** Formação dos profissionais de defesa e proteção do consumidor e capacitação do consumidor quanto aos seus direitos e mecanismos de defesa.

- **Cooperação:** Priorização da cooperação e a integração das ações da Escola, e dessa com o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, agências reguladoras e outras instituições do setor.
- **Comprometimento:** Atuação de forma proativa, dedicada e persistente no alcance dos objetivos individuais e coletivos relacionados às atividades da Escola.



## 2. METODOLOGIA

O escopo da avaliação aqui apresentada compreende a análise dos dados das ofertas de cursos da ENDC somente na modalidade a distância, correspondente ao período de 2016 a 2019, que compreende a realização do Termo de Execução Descentralizada n. 01/2015 entre SENACON/MJSP e UnB. Para este fim, utilizou-se a estatística descritiva, que tem como objetivo descrever e sistematizar os dados levantados, organizando e descrevendo os dados por meio de tabelas, gráficos e de medidas descritivas (no caso, média). As análises descritivas estão baseadas nas frequências estatísticas dos dados obtidos no ambiente virtual de aprendizagem da ENDC, no que se refere a matrículas, ofertas, aprovações, avaliação diagnóstica e avaliação de reação.

## 3. ANÁLISE DOS DADOS

### 3.1 Número de Cursos e ofertas

Durante o período de 2016 a 2019, a ENDC teve um expressivo crescimento, tanto em relação aos cursos ofertados quanto a ofertas e a matrículas efetivadas. Isso demonstra a consolidação da Escola em seus propósitos, ao mesmo tempo em que evidencia a expansão de possibilidades formativas aos órgãos e empresas que atendem o consumidor.

#### 3.1.1 Número de cursos

Conforme a Figura 1 abaixo são apresentados os números de cursos ofertados pela ENDC a cada ano. Em relação ao número de cursos ofertados em 2016, a ENDC ofertou 4 cursos. Em 2019, foram ofertados 14 cursos.

### Número de cursos ofertados pela ENDC (2016 a 2019)



Figura 1 - Número de cursos ofertados pela ENDC (2016 a 2019)

### 3.1.2 Número de ofertas

O número de ofertas cresceu de 5, em 2016, para 29, em 2019, conforme apresentado na Figura 2.





## Número de ofertas pela ENDC



Figura 2 – Número de ofertas pela ENDC (2016 a 2019).



De acordo com a Tabela 1 é possível analisar as ofertas, notando claramente que a expansão da escola, com a ampliação da trilha de cursos de Educação Financeira para Consumidores, permitiu a participação das empresas oportunizando os seus aprimoramentos via qualificação de seus profissionais.

**Tabela 1 - Cursos ofertados pela ENDC (2016 a 2019)**

2016		
	Curso:	Nº de oferta:
	1. Educação Financeira para Consumidores – Curso 1 – Planejar para realizar sonhos	1
	2. Elaboração de Projetos e Execução de Convênios	1
	3. Introdução à Defesa do Consumidor	2
	4. Planos de Saúde e Relações de Consumo	1

2017		
	Curso:	Nº de oferta:
	1. Consumo Seguro e Saúde	1
	2. Educação Financeira para Consumidores – Curso 1 – Planejar para realizar sonhos	3
	3. Educação Financeira para Consumidores – Curso 2 – Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos	3
	4. Educação Financeira para Consumidores – Curso 3 – Inteligência Financeira: Saia do Sufoco	1
	5. Elaboração de Projetos e Execução de Convênios	2
	6. Introdução à Defesa do Consumidor	2
	7. Oferta e Publicidade	3
	8. Planos de Saúde e Relações de Consumo	1
	9. Princípios e Direitos Básicos do CDC	1
	10. Vigilância Sanitária e Defesa do Consumidor	1

## 2018

Curso:		Nº de oferta:
	1. Consumo Seguro e Saúde	2
	2. Educação Financeira para Consumidores – Curso 1 – Planejar para realizar sonhos	2
	3. Educação Financeira para Consumidores – Curso 2 – Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos	1
	4. Educação Financeira para Consumidores – Curso 3 – Inteligência Financeira: Saia do Sufoco	1
	5. Elaboração de Projetos e Execução de Convênios	3
	6. Introdução à Defesa do Consumidor	4
	7. Oferta e Publicidade	3
	8. Planos de Saúde e Relações de Consumo	0
	9. Princípios e Direitos Básicos do CDC	3
	10. Vigilância Sanitária e Defesa do Consumidor	2
	11. Formação de Tutores	2

2019		
	Curso:	Nº de oferta:
	1. Consumo Seguro e Saúde	3
	2. Educação Financeira para Consumidores – Curso 1 – Planejar para realizar sonhos	3
	3. Educação Financeira para Consumidores – Curso 2 – Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos	2
	4. Educação Financeira para Consumidores – Curso 3 – Inteligência Financeira: Saia do Sufoco	2
	5. Elaboração de Projetos e Execução de Convênios	4
	6. Introdução à Defesa do Consumidor	3
	7. Oferta e Publicidade	3
	8. Planos de Saúde e Relações de Consumo	0
	9. Princípios e Direitos Básicos do CDC	3
	10. Vigilância Sanitária e Defesa do Consumidor	2
	11. Formação de Tutores	1
	12. Curso Consumidor.gov.br para Empresas	1
	13. Curso Consumidor.gov.br para Órgãos de Monitoramento	1
	14. Curso Consumidor.gov.br para Órgãos Gestores	1

Fonte: elaborado pelos autores.

Observa-se, ainda, que, de acordo com a Tabela 2, a expansão dos cursos acompanhou a de ofertas, indicando que essa estratégia foi bem aceita pelo público da escola. Dos cursos ofertados, Introdução à Defesa do Consumidor teve o maior número de ofertas, seguido de Elaboração de Projetos e Execução de Convênios e Educação Financeira para Consumidores – Curso 1 – Planejar para realizar sonhos.



Tabela 2 - Ofertas por Curso/Ano (2016 a 2019)

Curso:	Ofertas:				
	2016	2017	2018	2019	Total
 1. Consumo Seguro e Saúde		1	2	3	6
 2. Educação Financeira para Consumidores – Curso 1 – Planejar para realizar sonhos	1	3	2	3	9
 3. Educação Financeira para Consumidores – Curso 2 – Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos		3	1	2	6
 4. Educação Financeira para Consumidores – Curso 3 – Inteligência Financeira: Saia do Sufoco		1	1	2	4
 5. Elaboração de Projetos e Execução de Convênios	1	2	3	4	10
 6. Introdução à Defesa do Consumidor	2	2	4	3	11
 7. Oferta e Publicidade		3	3	3	9
 8. Planos de Saúde e Relações de Consumo	1	1	0	0	2
 9. Princípios e Direitos Básicos do CDC		1	3	3	7
 10. Vigilância Sanitária e Defesa do Consumidor		1	2	2	5
 11. Formação de Tutores			2	1	3
 12. Curso Consumidor.gov.br para Empresas				1	1
 13. Curso Consumidor.gov.br para Órgãos de Monitoramento				1	1
 14. Curso Consumidor.gov.br para Órgãos Gestores				1	1
<b>Total de ofertas:</b>	<b>5</b>	<b>18</b>	<b>23</b>	<b>29</b>	<b>75</b>

Fonte: elaborado pelos autores.

### 3.2. Matrículas

Entre 2016 e 2019, a ENDC teve o total de 66.734 matrículas. A Figura 3 demonstra o crescimento das matrículas da escola no período observado, reforçando a consolidação da escola também em termos de matrículas.

#### Número de Matrículas por Ano



Figura 3 – Número de Matrículas por Ano (2016 a 2019)

No que se refere aos cursos, o que apresenta maior número de matrículas é o de Introdução à Defesa do Consumidor, seguido de Educação Financeira para Consumidores: Curso 1 - Planejar para realizar sonhos e Princípios e Direitos Básicos do CDC. Veja na Tabela 3:

Tabela 3 - Matrículas gerais por curso



Fonte: elaborado pelos autores.

Também em relação à evolução de matrículas, Introdução à Defesa do Consumidor também revelou melhor desempenho ao longo do período analisado, seguido de Princípios e Direitos Básicos do CDC e Educação Financeira para Consumidores – Curso 3 – Inteligência Financeira: Saia do Sufoco. Ver Tabela 4.

Tabela 4 - Matrículas gerais por curso e por ano

Curso:	2016	2017	2018	2019	Total
 1. Consumo Seguro e Saúde		1205	1516	1951	4672
 2. Educação Financeira para Consumidores – Curso 1 – Planejar para realizar sonhos	3138	2961	1549	2376	10024
 3. Educação Financeira para Consumidores – Curso 2 – Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos		476	1053	1529	3058
 4. Educação Financeira para Consumidores – Curso 3 – Inteligência Financeira: Saia do Sufoco		61	943	1952	<b>2956</b>
 5. Elaboração de Projetos e Execução de Convênios	320	1855	1859	1795	5829
 6. Introdução à Defesa do Consumidor	1284	1836	5306	5691	<b>14117</b>
 7. Oferta e Publicidade		1510	1989	2936	6435
 8. Planos de Saúde e Relações de Consumo	504	282			786
 9. Princípios e Direitos Básicos do CDC		769	3962	4150	<b>8881</b>
 10. Vigilância Sanitária e Defesa do Consumidor		2079	2965	2995	7739
 11. Formação de Tutores			268	309	577
 12. Curso Consumidor.gov.br para Empresas				1079	1079
 13. Curso Consumidor.gov.br para Órgãos de Monitoramento				461	461
 14. Curso Consumidor.gov.br para Órgãos Gestores				120	120
<b>Total de ofertas:</b>	<b>5246</b>	<b>13034</b>	<b>21410</b>	<b>27044</b>	<b>66734</b>

Fonte: elaborado pelos autores.

### 3.3. Aprovados

Acompanhando a evolução das matrículas, o número de aprovados da ENDC demonstrou aumento, conforme Figura 4.

#### Aprovados totais por ano



Figura 4 – Aprovados totais por ano

Em relação ao percentual de aprovados, a Escola obteve crescimento entre 2016 e 2019 de 43,9% para 45%. Sobre esse aspecto, vale ressaltar que os cursos da ENDC baseiam-se na proposta de Curso On-line Aberto e Massivo (MOOC), que se caracteriza por ser um curso aberto, ofertado a um grande número de pessoas, sem exigência de requisitos, além de ter seu público diverso, em termos de perfil e de intencionalidades com a ação formativa. Os cursos são on-line e autoinstrucionais, ou seja, baseados na autoaprendizagem e na aprendizagem autônoma do cursista. Nesse modelo, a interação do cursista se dá com objetos de aprendizagem. Esses objetos compreendem materiais didáticos interativos, compostos por telas interativas, vídeos, *hiperlinks* e textos complementares.

Sobre as taxas de aprovação, deve-se considerar que, segundo estudos da área, cursos MOOC têm, por característica, baixa conclusão, tendo em vista a heterogeneidade do público

atendido e suas expectativas formativas. Sato et al (s.d), ao revisar alguns estudos sobre MOOC, destacam o estudo “The Life Cycle of a Million MOOC Users” (PERNA et al., 2013), o qual demonstra resultados de análise de uma amostra analisada da Universidade da Pensilvânia em 32 cursos ofertados na plataforma Coursera, os quais revelaram a conclusão de 4% de concluintes, ao final do primeiro ano, 7% de concluintes, no segundo ano, e 8% de concluintes, no terceiro ano.

Silva et al (2014) também apontam uma elevada taxa de evasão dos alunos inscritos nos cursos MOOC, de 75% a 95% de abandono. Segundo os autores, alguns fatores podem ser elencados, dentre eles, a dificuldade em distinguir os diferentes objetivos dos alunos inscritos nos cursos de MOOC faz com que sejam computados todos os inscritos no cálculo das taxas de abandono, o que penaliza e mascara em demasia o verdadeiro número de abandono, posto que, nos cursos MOOC, os alunos se inscrevem pelas razões mais distintas.

Dessa forma, as taxas de conclusão da ENDC também são exitosas, (média 44,7%), considerando as taxas de 5% a 25% apresentadas na literatura correspondente. Veja a Tabela 5:

**Tabela 5 - Matrículas gerais, aprovados e percentual de aprovados por ano**

 MATRÍCULAS	 APROVADOS	 PERC. APROVADOS
2016 5246	2016 2302	2016 43,9%
2017 13034	2017 5789	2017 44,4%
2018 21410	2018 9563	2018 44,7%
2019 27044	2019 12172	2019 45,0%
TOTAL 66734	TOTAL 29826	TOTAL 44,7%

Fonte: elaborado pelos autores.

Ainda em relação ao número de aprovados, conforme apresentado na Tabela 6, o Curso que obteve mais aprovações, proporcionalmente ao número de matriculados, foi o Consumidor.gov.br para Órgãos Gestores.

Tabela 6 - Percentual de Aprovados por curso

Curso:	% aprovados
 Curso Consumidor.gov.br para Órgãos Gestores	56,3%
 Oferta e Publicidade	51,5%
 Educação Financeira para Consumidores – Curso 1 – Planejar para realizar sonhos	46,3%
 Introdução à Defesa do Consumidor	45,1%
 Educação Financeira para Consumidores – Curso 2 – Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos	45,1%
 Princípios e Direitos Básicos do CDC	44,2%
 Curso Consumidor.gov.br para Empresas	40,5%
 Vigilância Sanitária e Defesa do Consumidor	38,1%
 Educação Financeira para Consumidores – Curso 3 – Inteligência Financeira: Saia do Sufoco	37,5%
 Curso Consumidor.gov.br para Órgãos de Monitoramento	36,8%
 Formação de Tutores	34,1%
 Consumo Seguro e Saúde	33,9%
 Elaboração de Projetos e Execução de Convênios	30,2%
 Planos de Saúde e Relações de Consumo	25,4%

Fonte: elaborado pelos autores.

### 3.4. Contribuição da ENDC para melhorar o conhecimento institucional acerca dos Direitos do Consumidor

Ao iniciar os cursos, os participantes respondem uma avaliação diagnóstica que mede o conhecimento sobre os assuntos que serão abordados. Ao final dos cursos, os participantes refazem essa avaliação. Sendo assim, os dados a seguir mostram a diferença entre a média inicial e a média final nas avaliações em relação ao total de ofertas de cada um dos cursos. Compreende-se que a eficácia dos cursos é comprovada quando a média final é maior do que a média inicial, o que significa dizer que o participante passou a conhecer mais sobre direito do consumidor ao finalizar o curso. Assim, entende-se que, quanto maior a variância, mais o curso agregou para o conhecimento institucional acerca dos referidos direitos.

De acordo com a Tabela 7, o curso que trouxe maior contribuição aos cursistas foi o de Elaboração de Projetos e Execução de Convênios, seguido do curso de Planos de Saúde e Relações de Consumo e o curso Consumo Seguro e Saúde.



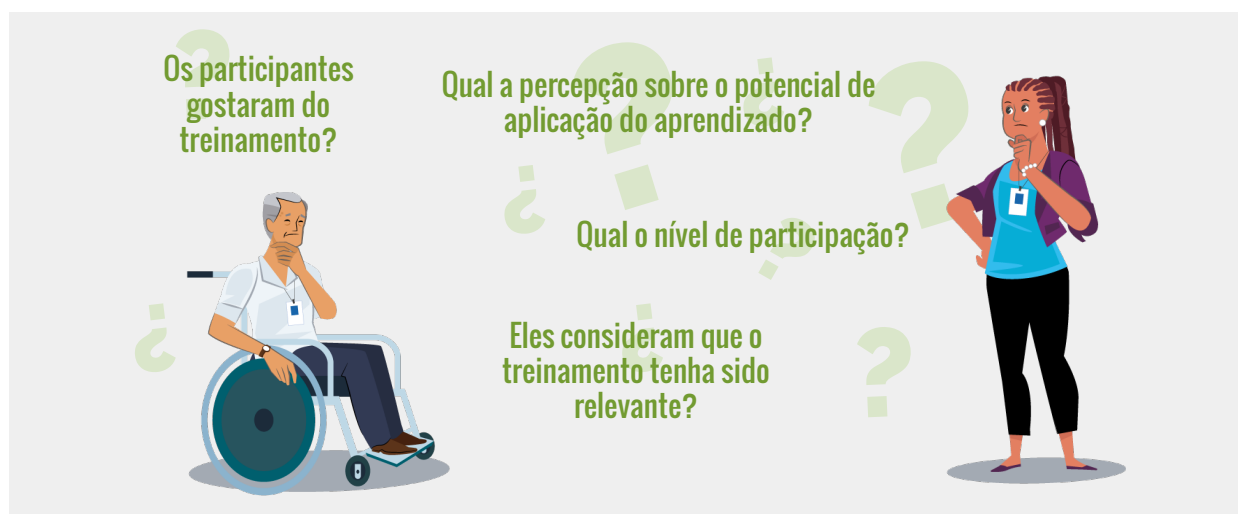
**Tabela 7 - Contribuição da ENDC para melhorar o conhecimento institucional acerca dos Direitos do Consumidor**

Curso:		0	6	10
				
		Média inicial	Média final	
	Elaboração de Projetos e Execução de Convênios	3,6	7,6	
	Planos de Saúde e Relações de Consumo	5,2	8,8	
	Consumo Seguro e Saúde	5,8	8,7	
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 1 - Planejar para realizar sonhos	5,1	7,9	
	Consumidor.gov.br para Órgãos de Monitoramento	5,4	8,1	
	Oferta e Publicidade	6,0	8,7	
	Princípios e Direitos Básicos do CDC	5,9	8,5	
	Introdução à Defesa do Consumidor	5,7	8,3	
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 3 - Inteligência Financeira: Saia do Sufoco	6,2	8,7	
	Consumidor.gov.br para Órgãos Gestores	5,7	8,1	
	Vigilância Sanitária e Defesa do Consumidor	6,5	8,8	
	Consumidor.gov.br para Empresas	6,2	8,1	
	Formação de Tutores	7,1	9,0	
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 2 - Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos	6,7	8,0	

Fonte: elaborado pelos autores.

### 3.5 Avaliação de reação

Segundo Kirkpatrick (1994), a avaliação de reação busca perceber a reação de quem aprende e a satisfação quanto à ação de capacitação. De acordo com o autor, a avaliação de reação expressa como os participantes se sentem, e suas reações pessoais quanto ao treinamento ou experiência de aprendizado. A avaliação busca levantar algumas questões, como:



Com esse entendimento, a avaliação de reação foi disponibilizada por meio de questionário on-line aos participantes ao final de cada curso. Para cada curso, foram disponibilizadas um conjunto de questões. Dessas questões, foram selecionadas as cinco a seguir por serem comuns em todos os cursos.

Os cursos evidenciaram avaliação muito satisfatória pelos participantes, com médias superiores a 8,0. Dessas médias, destacam-se as relativas à Assimilação do conteúdo do curso e à Capacidade de aplicar o conhecimento ensinado no curso em diferentes situações. A avaliação indica que os participantes conseguiram se apropriar do conteúdo dos cursos e que estão aptos a fazer aplicação desses conteúdos. Veja a Tabela 8:

Tabela 8 - Avaliação de Reação

Perguntas	Média
Assimilação do conteúdo do curso	8,9
Capacidade de aplicar o conhecimento ensinado no curso em diferentes situações	8,9
Capacidade de transmitir os conhecimentos adquiridos no curso a outras pessoas	8,9
Conciliação do curso com minhas atividades profissionais.	8,3
Disponibilidade de computador nos horários que tenho para estudar.	8,6

Fonte: elaborado pelos autores.

### 3.5.1 Avaliação de reação por curso

Todos os cursos da Escola Nacional apresentaram avaliação satisfatória, entre 8,4 e 9,3, conforme tabela abaixo. O curso com melhor média foi o Consumidor.gov para Órgãos de Monitoramento (9,3), seguido de Educação Financeira para Consumidores - Curso 2 - Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos (9,1) e Consumidor.gov para Órgãos Gestores e Consumidor.gov.br para Empresas (9,0).

Tabela 9 - Avaliação de Reação por Curso

Curso:	Média:
 Consumidor.gov.br para Órgãos de Monitoramento	9,3
 Educação Financeira para Consumidores - Curso 2 - Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos	9,1
 Consumidor.gov.br para Órgãos Gestores	9,0
 Consumidor.gov.br para Empresas	9,0
 Educação Financeira para Consumidores - Curso 1 - Planejar para realizar sonhos	8,9
 Formação de Tutores	8,9
 Vigilância Sanitária e Defesa do Consumidor	8,8
 Educação Financeira para Consumidores - Curso 3 - Inteligência Financeira	8,8
 Princípios e Direitos Básicos do CDC	8,7
 Consumo Seguro e Saúde	8,7
 Planos de Saúde e Relações de Consumo	8,6
 Elaboração de Projetos e Execução de Convênios	8,6
 Introdução à Defesa do Consumidor	8,5
 Oferta e Publicidade	8,4

Fonte: elaborado pelos autores.

### 3.5.2 Assimilação do conteúdo

Quanto à assimilação do conteúdo dos cursos médias entre os cursos variaram de 8,5 a 9,4, conforme a Tabela 10. O melhor desempenho ficou o curso de Consumidor.gov para Órgãos de Monitoramento.

Tabela 10 - Assimilação do conteúdo do curso		
	Curso:	Média:
	Consumidor.gov.br para Órgãos de Monitoramento	9,4
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 2 - Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos	9,3
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 1 - Planejar para realizar sonhos	9,2
	Consumidor.gov.br para Órgãos Gestores	9,2
	Consumidor.gov.br para Empresas	9,1
	Formação de Tutores	9,0
	Vigilância Sanitária e Defesa do Consumidor	8,9
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 3 - Inteligência Financeira	8,9
	Consumo Seguro e Saúde	8,9
	Princípios e Direitos Básicos do CDC	8,8
	Elaboração de Projetos e Execução de Convênios	8,8
	Introdução à Defesa do Consumidor	8,6
	Oferta e Publicidade	8,6
	Planos de Saúde e Relações de Consumo	8,5

Fonte: elaborado pelos autores.

### 3.5.3 Capacidade de aplicação do conhecimento

Referente à capacidade de aplicar o conhecimento ensinado no curso em diferentes situações, as médias entre os cursos variaram de 8,6 a 9,3 de acordo com a Tabela 11, abaixo. O melhor desempenho também foi do curso de Consumidor.gov para Órgãos de Monitoramento.

Tabela 11 - Capacidade de aplicar o conhecimento ensinado no curso em diferentes situações		
Curso:		Média:
	Consumidor.gov.br para Órgãos de Monitoramento	9,3
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 2 - Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos	9,3
	Consumidor.gov.br para Órgãos Gestores	9,2
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 1 - Planejar para realizar sonhos	9,2
	Consumidor.gov.br para Empresas	9,1
	Vigilância Sanitária e Defesa do Consumidor	9,1
	Formação de Tutores	9,0
	Consumo Seguro e Saúde	8,9
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 3 - Inteligência Financeira	8,9
	Princípios e Direitos Básicos do CDC	8,9
	Elaboração de Projetos e Execução de Convênios	8,8
	Planos de Saúde e Relações de Consumo	8,7
	Introdução à Defesa do Consumidor	8,7
	Oferta e Publicidade	8,6

Fonte: elaborado pelos autores.

### 3.5.4 Capacidade de transmitir os conhecimentos adquiridos no curso a outras pessoas

Sobre a capacidade de transmitir os conhecimentos adquiridos no curso a outras pessoas, as médias entre os cursos variaram de 8,6 a 9,3. O melhor desempenho foi do curso de Consumidor.gov para Órgãos de Monitoramento. Veja os resultados na Tabela 12:

Tabela 12 - Capacidade de transmitir os conhecimentos adquiridos no curso a outras pessoas		
Curso:		Média:
 Consumidor.gov.br para Órgãos de Monitoramento		9,3
 Educação Financeira para Consumidores - Curso 2 - Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos		9,2
 Educação Financeira para Consumidores - Curso 1 - Planejar para realizar sonhos		9,1
 Consumidor.gov.br para Empresas		9,1
 Consumidor.gov.br para Órgãos Gestores		9,1
 Formação de Tutores		9,0
 Vigilância Sanitária e Defesa do Consumidor		8,9
 Educação Financeira para Consumidores - Curso 3 - Inteligência Financeira		8,8
 Consumo Seguro e Saúde		8,8
 Princípios e Direitos Básicos do CDC		8,8
 Elaboração de Projetos e Execução de Convênios		8,7
 Planos de Saúde e Relações de Consumo		8,7
 Oferta e Publicidade		8,6
 Introdução à Defesa do Consumidor		8,6

Fonte: elaborado pelos autores.

### 3.5.5 Conciliação do curso com as atividades profissionais

Relativo à conciliação do curso com minhas atividades profissionais as médias entre os cursos variaram de 7,9 a 9,2. O melhor desempenho foi mais um vez do curso de Consumidor.gov para Órgãos de Monitoramento. Veja a Tabela 13:

Tabela 13 - Conciliação do curso com minhas atividades profissionais		
	Curso:	Média:
	Consumidor.gov.br para Órgãos de Monitoramento	9,2
	Consumidor.gov.br para Órgãos Gestores	8,8
	Formação de Tutores	8,7
	Consumidor.gov.br para Empresas	8,6
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 2 - Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos	8,6
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 3 - Inteligência Financeira	8,5
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 1 - Planejar para realizar sonhos	8,4
	Vigilância Sanitária e Defesa do Consumidor	8,4
	Princípios e Direitos Básicos do CDC	8,2
	Consumo Seguro e Saúde	8,2
	Oferta e Publicidade	8,1
	Elaboração de Projetos e Execução de Convênios	8,1
	Introdução à Defesa do Consumidor	8,1
	Planos de Saúde e Relações de Consumo	7,9

Fonte: elaborado pelos autores.



### 3.5.6 Disponibilidade de computador nos horários que tenho para estudar

A Tabela 14 apresenta o resultado em relação à disponibilidade de computador nos horários em que o aluno teve para estudar. As médias entre os cursos variaram de 8,2 a 9,3. O melhor desempenho também foi do curso de Consumidor.gov.br para Órgãos de Monitoramento.

Tabela 14 - Disponibilidade de computador nos horários que tenho para estudar		
Curso:		Média:
	Consumidor.gov.br para Órgãos de Monitoramento	9,3
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 2 - Dominando Emoções e Criando Novos Hábitos	8,9
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 3 - Inteligência Financeira	8,8
	Formação de Tutores	8,8
	Consumidor.gov.br para Empresas	8,8
	Vigilância Sanitária e Defesa do Consumidor	8,7
	Consumidor.gov.br para Órgãos Gestores	8,7
	Educação Financeira para Consumidores - Curso 1 - Planejar para realizar sonhos	8,6
	Princípios e Direitos Básicos do CDC	8,6
	Consumo Seguro e Saúde	8,5
	Elaboração de Projetos e Execução de Convênios	8,5
	Introdução à Defesa do Consumidor	8,3
	Oferta e Publicidade	8,2
	Planos de Saúde e Relações de Consumo	8,2

Fonte: elaborado pelos autores.

## 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O progressivo aumento de matrículas e de ofertas, por sua vez, tem revelado o reconhecimento da ENDC, tanto pelos consumidores, em geral, e, especialmente, pelos prestadores de serviço. A ênfase na oferta de cursos voltados aos prestadores de serviço também evidencia a expectativa de aprimoramento dessas organizações e, conseqüentemente, o melhor atendimento ao consumidor, levando ao cumprimento da missão da ENDC.

Por fim, a eficácia das ações da ENDC foi demonstrada pelos dados que atestam a contribuição para a melhoria do conhecimento institucional acerca dos Direitos do Consumidor e pela avaliação positiva dos participantes quanto à assimilação dos conteúdos dos cursos. A efetividade da ENDC, por sua vez, também é corroborada pelos dados que afirmam que os participantes possuem capacidade de aplicar o conhecimento ensinado no curso em diferentes situações, capacidade de transmitir os conhecimentos adquiridos no curso a outras pessoas e, ainda, conseguem conciliar os aprendizados dos cursos com as suas atividades profissionais, trazendo, assim, mudanças organizacionais e melhores condições de garantia do Direito do Consumidor.

## REFERÊNCIAS

CHRISTENSEN, G. et al. (2013). The MOOC phenomenon: who takes massive open on-line courses and why? Disponível em: [http://www.k12accountability.org/resources/Online-Education/perna\\_ruby\\_boruch\\_moocs\\_dec2013.pdf](http://www.k12accountability.org/resources/Online-Education/perna_ruby_boruch_moocs_dec2013.pdf) Acesso em 22 jan 2020.

KIRKPATRICK, D.L. Evaluating Training Programs: The Four Levels. San Francisco: Berrett-Koehler, 1994.

PERNA, L. et al. The life cycle of a million MOOC users. In: Presentation at the MOOC Research Initiative Conference. 2013.

SATO, A. et al. Uma visão crítica dos MOOCs: os números da evasão. Disponível em: [http://www.inf.ufpr.br/alexandrometodologia/slides/Akihiko\\_Silvio\\_outros.pdf](http://www.inf.ufpr.br/alexandrometodologia/slides/Akihiko_Silvio_outros.pdf) Acesso em 22 jan 2020.

SILVA, J. A. R. e S., JUNIOR, R. B., OLIVEIRA, F. B. de. Abandono e conclusão de alunos inscritos em cursos MOOC. 2014. Disponível em <http://www.abed.org.br/hotsite/20-ciaed/pt/anais/pdf/116.pdf>. Acesso em 22 jan 2020.



Laboratório de tecnologias da tomada de decisão



SECRETARIA NACIONAL DO  
CONSUMIDOR

MINISTÉRIO DA  
JUSTIÇA E  
SEGURANÇA PÚBLICA



PÁTRIA AMADA  
**BRASIL**  
GOVERNO FEDERAL