

EDUCAÇÃO FINANCEIRA:

Um Enfoque Sobre as Principais Reclamações Impetradas Na Coordenadoria de Proteção e Defesa do consumidor – CODECON

Maísa Cláudia Nascimento Silva¹

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo evidenciar as principais Reclamações impetradas na Coordenadoria de Proteção e Defesa do consumidor - CODECON, além de oferecer uma ideia dos mecanismos utilizados para a Defesa do Consumidor, dicas para que se evite o consumo desenfreado, incentivo ao consumo consciente e educação financeira como meio de evitar o exacerbado endividamento. Os que perdem o controle de suas finanças, ao se aperceberem do grau de endividamento e ante a sensação de impotência perante os credores, recorrem aos órgãos de Defesa do Consumidor, em busca de orientação. Diante de tal contexto, surge um questionamento: quais as reclamações mais comuns evidenciadas na CODECON no ano de 2010 para os consumidores que se vêem endividados no Município de Salvador, na Bahia? Para responder a tal questionamento, foi realizada investigação e análise documental em Relatórios mensais do ano de 2010, publicados no Setor de Atendimento e Cálculos e Setor de Apoio Técnico Jurídico da Coordenadoria de Proteção e Defesa do consumidor - CODECON, onde houve a constatação do número de abertura de Reclamações, Audiências de Conciliação, Processos Administrativos instaurados, Cálculos de Evolução de Cartões de Créditos, Cálculos de Empréstimos, Cálculos de Financiamentos, Cálculos de Atualização de Débitos, dentre outros; tais números dão indicativos de que os consumidores, numa posição de maior vulnerabilidade, devam buscar uma maneira mais consciente de usufruto dos bens e serviços, o que poderá reduzir em muito o número das reclamações nos órgãos de defesa do consumidor. A pesquisa também sugere, com base em alguns estudiosos, educação financeira como principal ferramenta de defesa do consumidor, partindo da premissa de que se o sujeito detiver de conhecimento financeiro, terá equilíbrio de suas próprias finanças e se envolverá menos em questões de superendividamento. Diante do exposto, o presente artigo mostrou evidências de que tal suposição possa influenciar a redução no número de queixas impetradas junto aos órgãos de defesa do consumidor.

Palavras-Chave: Defesa do Consumidor. Endividamento. Educação financeira. CODECON

FINANCIAL EDUCATION: A Focus On the Main Complaint filed and Consumer Protection - CODECON

ABSTRACT

The theme proposed in the present work aims at identifying the main complaints filed in the Coordination and Consumer Protection - CODECON, besides trying to give the reader an idea of the mechanisms used for consumer protection, tips for avoiding the unbridled

¹ (Graduada em Ciências Contábeis pela Fundação Visconde de Cairu, Salvador, Brasil)

E-mail: maisa.contabeis@gmail.com

Co-autor: Prof. Dr Antonio Carlos Ribeiro da Silva e Prof Me Isac P. Guimarães

consumerism, encouraging consumer awareness and financial education as a means of avoiding debt exacerbated. Those who lose control of their finances, they realize the degree of indebtedness and compared the feeling of powerlessness creditors, use the organs of Consumer Protection, for guidance. Given this context, a question arises: what are the most common complaints in CODECON evidenced in 2010 for consumers who find themselves in debt in the city of Salvador in Bahia? To answer this question, we carried out research and document analysis in monthly reports of the year 2010, published in the Service Sector and Industry Support Calculations and Technical Coordinator of the Legal Protection and Consumer Protection - CODECON, where there was the realization of the number opening Complaints, Hearings, Conciliation, instituted administrative proceedings, calculations Evolution of Credit Cards, Loan Calculations, Calculations Financing, Debt Calculations Update, among others, these figures give indications that consumers in a position of most vulnerable, should pursue a more conscious enjoyment of goods and services, which can greatly reduce the number of complaints in consumer protection agencies. The research also suggests, based on some students, financial education as the main tool of consumer protection, on the premise that if the subject of financial holds, will balance their own finances and engage less in issues of debt distress. Given the above, this article attempts to show evidence that such an assumption would influence the reduction in the number of complaints filed with agencies of consumer protection as well as deepen the discussions and give greater emphasis to the theme

Keywords: Consumer Protection. Indebtedness. Financial Education. CODECON

1. INTRODUÇÃO

A sociedade hodierna tem demonstrado crescente interesse nos assuntos relacionados à proteção e defesa do consumidor. Desse modo, estudiosos, pesquisadores e ainda o próprio consumidor têm voltado atenção para esse imprescindível e instigante tema. No Brasil, as preocupações com as questões envolvendo as relações de consumo começaram a ganhar notoriedade entre as décadas de 40 e 60, com a criação de inúmeras leis normatizando aspectos consumeristas. Dentre elas, a chamada lei de economia popular, a Lei 1221/1951, a Lei Delegada nº 04/1962, a Constituição Federal de 1967, com a emenda nº 01 de 1969 que consagrou a defesa do consumidor, bem como a Constituição Federal de 1988, que em seu artigo 48 ordena a criação do Código de Defesa do Consumidor.

A necessidade de se criar mecanismos de proteção e defesa do consumidor se dá principalmente em virtude da vulnerabilidade e da insuficiência do consumidor diante da enxurrada de campanhas publicitárias de incentivo ao consumo de massa, além de maior acesso ao crédito.

Conforme delinea o Manual de Direito do Consumidor da Escola Nacional de Defesa do Consumidor (2008, p.35):

A Lei 8.078/90 (CDC) parte do pressuposto de que o consumidor é um sujeito vulnerável ao adquirir produtos e serviços ou simplesmente se expor a práticas de mercado. A vulnerabilidade é o ponto fundamental do CDC e, na prática, traduz-se na insuficiência, na fragilidade de o consumidor se manter imune a práticas lesivas sem a intervenção auxiliadora de órgãos ou instrumentos para a sua proteção.

Diante de tal contexto, surge um questionamento: quais as Reclamações mais comuns evidenciadas nos órgãos de defesa do consumidor no ano de 2010 para os consumidores que se vêem endividados no município de Salvador, na Bahia? Sendo assim, torna-se oportuno analisar o endividamento do estado da Bahia e das Reclamações impetradas junto aos órgãos de Defesa do Consumidor.

O estudo da temática proposta assume importância no campo financeiro por discutir nuances que interferem positivamente na temática sobre educação financeira, elucidando questionamentos acerca do consumismo emanado da falta de controle financeiro, bem como da oportunidade de enxergar oportunidades de investimento, em virtude de se atingir o controle financeiro. Indubitável também a importância no campo profissional, ante uma necessidade que surge a partir da observação no ambiente de trabalho, qual seja, a Coordenadoria de Proteção e Defesa do consumidor - CODECON, onde ficou evidenciada a crescente quantidade de Reclamações relacionadas ao consumo. E não poderia deixar de citar a importância social, já que a relação de consumo está presente em todo meio social da atualidade, em todos os seus níveis.

Portanto, através desta pesquisa se propõe uma reflexão acerca do grau de endividamento das pessoas, de suas principais Reclamações e de possíveis soluções a serem encontradas no decorrer da investigação.

Importante ressaltar a utilização da experiência pessoal enquanto servidora pública, militante no Setor de cálculos da Defesa do Consumidor. Na elaboração de cálculos, por exemplo, de Evolução de Cartão de Crédito, é feito um acompanhamento mês a mês a evolução das compras e pagamentos do consumidor. Daí é possível verificar o grau e motivação do endividamento, histórico de compras, enfim, o perfil do consumidor. Nesse tipo de cálculo em específico fica evidente de que maneira as pessoas chegam a perder o controle financeiro. Em muitos casos é perceptível o total descontrole do consumidor.

Há casos de consumidores que compram em grifes valores consideráveis, acumulam dívidas enormes e no mês posterior não efetuam o pagamento total e muitas vezes, nem parcial da Fatura. Há relatos de casos onde o consumidor realiza compras no exterior, e não efetua o pagamento do Cartão na chegada da fatura. E o pior, quando há consentimento da operadora do Cartão, mesmo sem o pagamento de tal fatura, o consumidor continua efetuando compras.

Além disso, há casos de acordos que as operadoras de Cartão de Crédito impõem ao consumidor, sem nenhuma consulta prévia. Creditam o valor da dívida na Fatura e parcelam em diversos meses, embutindo juros, encargos e multas. Ao consumidor, parte mais vulnerável da relação, cabe apenas acatar e efetuar os pagamentos, sem se dar conta dos abusivos encargos embutidos nesse tipo de transação. Em geral a dívida só faz aumentar e se torna, em diversos casos, praticamente impagável.

Quanto à Coordenadoria de Proteção e Defesa do Consumidor, que tem por finalidade a execução de funções e atividades inerentes ao planejamento, à coordenação, à operação, ao controle e à fiscalização dos programas, projetos e serviços, referentes à política municipal de defesa dos direitos e interesses do consumidor, compete:

I - mediante o Setor de Atendimento e Cálculo:

- a. receber, registrar e analisar reclamações e consultas, denúncias ou sugestões dos consumidores;
- b. controlar o registro dos atendimentos;
- c. programar, planejar e executar o atendimento ao público;
- d. orientar e acompanhar a execução das atividades relativas ao atendimento do público consumidor, pessoalmente ou por telefone;
- e. orientar, controlar a pauta de audiências;
- f. encaminhar ao Setor de Apoio técnico Jurídico as denúncias ou solicitações do público consumidor que devam ser transformadas em processos;
- g. prestar assistência aos consumidores na supervisão de Contratos de compra e venda, prestação de serviços e de locação, elaborando cálculos;
- h. manter atualizadas tabelas com índices econômicos necessários a defesa dos direitos do consumidor.

Portanto, cabe à CODECON, impetrar a defesa, orientação e educação concernente às relações de consumo, bem como realizar cálculos mediante prática de juros e Multa em conformidade com o que determina o Código Tributário Nacional e o Código de Defesa do Consumidor.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. História das Relações de Consumo

Num breve resumo histórico, é possível notar as crescentes modificações no modo de produção da economia global, em especial aquelas decorrentes dos avanços tecnológicos. Vale lembrar que no século XVIII a Revolução Industrial influenciou diversos países europeus. O advento da máquina a vapor impulsionou consideravelmente a oferta dos bens no mercado. Houve também aumento na necessidade de produtos e serviços. Anteriormente, as relações envolvendo o consumo se davam de modo pessoal, onde o consumidor detinha maior poder de decisão relacionado à escolha, forma de pagamento, correta identificação do comerciante e seu domicílio, e tais fatores permitiam que tais negociações se dessem de forma segura e confiável.

Com o método fordista de produção, ou seja, produção em massa, criado pelo industrial norte-americano Henry Ford, criador da linha de produção, em especial após a Segunda Guerra Mundial, o comércio perdeu a característica original. Dessa forma, muitos contratos passam a ser unilaterais, beneficiando apenas o comerciante, sem levar em conta os interesses do consumidor.

2.2. O papel da Educação financeira na redução das queixas consumeristas

A crescente procura de consumidores insatisfeitos aos Órgãos de Defesa do Consumidor, mais especificamente à CODECON, na busca por orientação jurídica, abertura de Reclamações, pedidos de revisão de cálculos, dentre outras solicitações, revigoram a controvérsia acerca do papel desta Coordenadoria na orientação contundente dirigida ao público consumidor e o incentivo à educação financeira, visando prepará-lo para melhor lidar com as relações consumeristas, o que possivelmente traria benefícios para o próprio consumidor e também para os órgãos de Defesa do consumidor, pois uma vez as pessoas estejam conscientes de seus direitos e obrigações referentes ao consumo, poderão ter cautela nas compras com o Cartão de Crédito, na aquisição de Empréstimos, ao se envolverem em Financiamentos, ao efetuarem compras ou contratares serviços diversos, o que poderá reduzir sobremaneira o número de queixas, além de também trazer benefícios para a sociedade como um todo.

Os consumidores, por sua vez, desejam que suas necessidades sejam atendidas através do consumo de bens e serviços de qualidade e preços compatíveis. Isso remete ao exposto no Manual de Direito do Consumidor (2008 apud CDC, art. 6º, II):

A liberdade de escolha e a igualdade nas contratações dependem intensamente da qualidade e quantidade de informações passadas aos consumidores pelo fornecedor. Atento a este detalhe, o CDC prescreve que é direito básico do consumidor a “informação adequada e clara sobre diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentam. [grifo do autor].

Acrescenta ainda que “entre o fornecedor e o consumidor nem sempre há um encontro ou uma atração decorrente pura e simplesmente da necessidade de quem precisa de produtos e serviços”.

Nesse ínterim, Cerbasi (2009, p.5), afirma que:

Quanto mais você aperfeiçoar sua organização financeira, menos dúvida terá na hora de fazer escolhas de consumo, investimentos e realizações pessoais, e mais eficientes serão essas escolhas. Além disso, quanto mais você exercitar sua organização financeira, mais disciplinada será sua vida e, com isso, mais organização você terá em outros níveis.

Alem disso, Cerbasi comenta ainda o porquê de se organizar a vida financeira: “para que você tenha maior controle sobre seu dinheiro, maior consciência sobre suas escolhas e maior eficiência no uso de sua renda”. (2009)

Na mesma linha de raciocínio, KIYOSAKI, Robert T. e LECHTER (2000, p.14), sugerem que “o dinheiro não é ensinado nas escolas”, uma vez que as mesmas concentram o ensino meramente nas habilidades acadêmicas e profissionais e deixam de lado as habilidades financeiras.

Para eles “As pessoas ricas adquirem ativos. Os pobres e a classe média adquirem obrigações pensando que são ativos” (P.71).

Prosseguem KIYOSAKI, Robert T. e LECHTER (2000, p.76): “o analfabetismo, tanto de palavras quanto de números, é a base das dificuldades financeiras”. E ainda que, “se as pessoas têm problemas com as finanças, existem dados que elas não podem ler, sejam palavras, sejam números”. E ainda exaltam a educação financeira, ao sugerir:

o dinheiro é uma forma de poder, mas que a instrução financeira é ainda mais poderosa, pois, segundo eles, “O dinheiro vem e vai, mas se você tiver sido educado quanto ao funcionamento do dinheiro, você adquire poder sobre ele e pode começar a construir riqueza”.

Cherobim e Espejo (2010, ps.1,2), por sua vez entedem que ao nos interessarmos por finanças pessoais, temos interesse em salvaguardar nossas finanças. Fazem tal comentário ao expor:

Só nos interessamos por finanças pessoais porque, felizmente, nossas necessidades são muito maiores do que nossos recursos. E estudos de opções de financiamento, orçamento doméstico, cálculos de investimentos, gerenciamento de conta corrente, planos de aposentadoria, acompanhamento de gastos são todos exemplos de tarefas associadas a finanças pessoais.

Os autores ainda criticam que “Sempre achamos que deveríamos ganhar melhor, independentemente da nossa fonte de renda, e raramente questionamos se não deveríamos gastar melhor”. Desse modo sugerem a necessidade das pessoas aprenderem uma forma de melhor utilização dos recursos que auferem.

KIYOSAKI, Robert T. e LECHTER (2000, p.76) corroboram ao comentar:

Como os estudantes deixam a escola sem habilidades financeiras milhões de pessoas instruídas obtêm sucesso em suas profissões, mas depois se deparam com dificuldades financeiras. Trabalham muito, mas não progredem. O que falta em sua educação não é saber como ganhar dinheiro, mas como gastar-lo – o que fazer com ele depois de tê-lo ganho. (p. 81)

E dentro dessas habilidades financeiras está o planejamento. E ao se referir ao planejamento como fator determinante para se alcançar objetivos, Cerbasi sugere: “Imagine algumas das coisas que você tem vontade de fazer, como comprar uma casa, um carro, uma moto, uma geladeira, viajar, pagar estudos, casar, etc”.

Dá dicas de como alcançar objetivos em curto prazo e com menos recursos:

“Definir exatamente essas metas de consumo, o prazo em que irá realizá-las e o custo, em consenso com sua família, é fundamental para consegui-las em menos tempo e com menos dinheiro”. Cerbasi (2009, p.73)

Ao fazer compras, muitas pessoas desconsideram informações importantes como as citadas anteriormente. Não levam em conta os custos envolvidos numa transação financeira, as taxas de juros praticadas, nem os prazos envolvidos. Desse modo, não se apercebem dos riscos a que estão expostos. Cherobim e Espejo (2010, p.2) citam tais perigos envolvidos em operações de crédito e da importância de acompanhar a taxa básica de juros ao dizer:

[...] As taxas de juros praticadas nos crediários, nas operações de crédito pessoal, no cartão de crédito e nas contas com limite de crédito, o chamado crédito especial, sofrem o impacto da taxa de juros básica da economia. Quando a taxa básica de juros sobe, imediatamente todas as outras taxas sobem. O financiamento de sua casa, do seu automóvel vai ficar mais caro! Por outro lado, quando a taxa básica de juros é reduzida, a queda nas outras taxas é bem mais lenta.

A segurança que o Estado brasileiro proporcionava ao cidadão foi se perdendo ao longo dos anos [...] Até a década de 1980, não era necessário pagar por muitos serviços pelos quais pagamos hoje, as despesas eram menores, afirmam Cherobim e Espejo. As famílias de classe média no Brasil hoje pagam escolas particulares para os filhos [...] pagam planos de saúde e assistência odontológica; usam mais o automóvel particular e menos o transporte público (2010, p.6).

Ressalte-se ainda que, para Cherobim e Espejo (2010) se quisermos que o nosso dinheiro evolua conosco, precisamos compreender as nossas características financeiras ao longo da vida. (p.8) Incentivam as famílias a desenvolverem um planejamento estratégico pessoal. “O nosso planejamento pessoal está relacionado com nossos objetivos na vida. Inicia com o planejamento estratégico pessoal: o que queremos ser daqui a um ano, cinco anos, dez anos e para o resto da vida”. (p.28) E visando um maior controle orçamentário sugerem “a elaboração da planilha inicia com a identificação das receitas pessoais e familiares – principais fontes de renda -, segue com a identificação das despesas, separadas em fixas e variáveis, despesas correntes, para investimentos e para quitação de dívidas [...] (2010, p.30)

Cerbasi comenta a importância de alargar o conhecimento financeiro ao exortar que “como nossa limitada educação financeira faz do crédito um conceito vago e abstrato para a maioria das pessoas, é em torno do mau uso deste que as instituições financeiras montam sua estratégia e realizam seus lucros no Brasil”. E ainda prossegue sugerindo que:

Quanto mais bem avaliado for nosso crédito, mais limites teremos no cheque especial e no cartão de crédito, mais baratos serão nossos juros, menos tarifas pagaremos, mais mimos receberemos de nossos bancos e prestadores de serviços financeiros.

E complementa: “Se seu banco não tenta agrada-lo ao menos uma vez ao ano com brindes, descontos, convites ou presentes, você tem um longo trabalho a fazer por você mesmo.” (2009, p. 87).

Porém, o autor esclarece que o crédito não de todo mal ao afirmar que “Crédito não é veneno nem faz mal a sua saúde”, antes, constitui-se numa “benção, um privilégio dos que podem contar com ele para custear eventualidades ou mesmo para realizar desejos sem

resultar em desmantelamento de sua estratégia de previdência ou de suas oportunidades de investimento.” (CERBASI, 2009, p. 89).

Além disso, cita os benefícios da boa utilização do crédito:

Usar empréstimos e financiamentos de vez em quando não só trás a oportunidade de conhecer esse serviço financeiro como também cria um histórico interessante para futuras negociações com seu gerente ou analista de crédito. Para provar que você será bom usuário de crédito, é melhor mostrar um histórico bem-sucedido de uso, do que não ter o que mostrar para mostrar suas intenções.

Cherobim e Espejo (2010), por sua vez, sugerem algo que vai além da utilização do crédito, ou seja, o acompanhamento das dívidas através de Planilhas. Explicam que “Todas as dívidas, pequenas ou grandes, vencidas ou a pagar, devem estar registradas e separado na planilha de orçamento pessoal”. (p.38). Complementam ainda:

Dívidas não são um problema em si mesmo, se bem registradas e proporcionais ao orçamento familiar, podem levar a família a viver melhor e com mais conforto. A grande restrição às dívidas é em relação ao seu não pagamento ou quando o pagamento das dívidas passa a absorver grande parte dos rendimentos da família. (2010, p. 39).

Aparecida (2007, p. 76) corrobora ao remeter à sua própria experiência com o controle das finanças. Expõe: “A falta de previsão adequada, também contribuía para o aumento do endividamento, pois quando colocava tudo o que tinha a receber, não abatia a provisão para recebimentos incertos e não reservava uma cota para os mesmos”. Desse modo, sugere que o controle financeiro está diretamente ligado a levar em conta que alguns dos credores podem não pagar, o que indubitavelmente, traria impacto sobre a capacidade de pagamento dessa pessoa. Leciona ainda dizendo que quando passou a controlar, incluiu no orçamento a previsão de tais situações. Relata que “A esta altura, já tinha uma planilha que controlava todos os recebimentos e pagamentos”.

Ao fazer tal acompanhamento financeiro em planilhas, é preciso mais do que meras anotações. Antes, se faz necessário entender o que há por trás do endividamento. É deveras importante que se questione por exemplo em que está sendo empregado o dinheiro e se há como mudar a maneira e as circunstâncias das aquisições. Cherobim e Espejo esclarecem acerca de tal exposição:

É comum para as pessoas, ao final do mês, questionarem-se: “Onde foi parar o dinheiro do meu salário” Isso se deve à falta de organização e planejamento para os gastos e aquisições mensais da pessoa ou da família, ou seja, falta de controle. No entanto, em alguns casos realmente o salário é pouco para todas as despesas básicas da família como energia, água, alimentação, vestuário etc. Nada de exageros, apenas o básico para a sobrevivência. Neste caso, se o salário não está sendo suficiente para cobrir as despesas básicas, cabe avaliar o quanto está sendo gasto em cada item e **identificar comportamentos maléfic**os para as finanças do lar.

Às vezes, porém, ao se aperceber de que agiu de forma inadequada, o consumidor já se encontra em situação de endividamento a com compromissos financeiros em atraso. Nesse caso é importante traçar um plano de ação imediata, conforme ensina Cerbasi:

Estando sujeito à simples acumulação de juros elevados (como os praticados na maior parte de empréstimos e financiamentos pequenos), além de multas, juros de mora e tempo dedicado a resolver situações complicadas, o melhor a fazer quando se

detecta ou prevê uma situação de atraso é parar tudo e traçar um plano. Se está pouco atrasado ou está prestes a entrar em atraso, entre em contato com seu credor e verifique se ele lhe dá alternativas. Se for preciso, estude a possibilidade de tomar um empréstimo que cubra juros menores do que o da situação de inadimplência. Se os custos do empréstimo agravarem o problema, desista e pense em algo que possa ser vendido rapidamente para fazer caixa. Aja o quanto antes. Só não permita a acumulação de dívidas nas alternativas mais caras de crédito, pois é o mesmo que assinar um contrato antecipado de sua ruína financeira. (2009, p. 93).

Cherobim e Espejo (2010, p.44) também comentam acerca de comportamento inadequado que leva o consumidor a comprar por comprar:

Existem pessoas de consumo voraz, provocando uma corrida ao mercado de consumo, muitas vezes movidas por impulso e pelas palavras do tipo “promoção”, “oferta”, “50% de desconto”, entre outras. O imediatismo e o consumo desenfreado de itens nem sempre tão necessários dificultam ainda mais a sobrevivência do salário até o fim do mês. Não importa se você ganha R\$ 500,00 ou R\$ 5.000,00; a insatisfação será a mesma, pois os desejos de consumo diferem de pessoa para pessoa.

Partindo dessa premissa os autores destacam que “na medida em que o salário aumenta, a tendência é também aumentar o consumo da família” (2010, p.45) E afirmam que não é bom quando o consumidor faz aquisições meramente por querer por assim dizer “competir” com outras pessoas:

A comparação com os vizinhos, companheiros de trabalho ou até mesmo dentro da família é um dos grandes vilões do salário. Porque o vizinho trocou de automóvel ou porque o colega de trabalho tem um celular de última geração, o sentimento de que você está ficando pra trás é cada vez mais forte e isso gera uma insatisfação e angústia tão grandes que podem, inclusive, afetar o seu desempenho pessoal e profissional. É preciso cuidado com as comparações.

Ao fazer referência às escolhas incompatíveis com o nível de renda que conduzem as pessoas ao endividamento, Cerbasi (2009) sugere que qualquer que seja o motivo que levou a pessoa ao endividamento, a causa básica é sempre a falta de provisões. Ele diz:

Não importa o motivo que o levou a “entrar no vermelho”: se foi um acidente de trânsito, faltou-lhe um seguro ou uma reserva de emergências; se foi um convite inesperado para ser padrinho de casamento, faltou-lhe constituir uma verba para esse tipo de situação; se foi um problema de saúde, faltou contratar um seguro- saúde adequado; se foi o desemprego, faltou investir em sua carreira.

Entretanto, tranqüiliza que é possível sair de uma situação de descontrole financeiro. Para ele “Nunca é tarde para reverter uma situação desfavorável”. E que “Tudo dependerá de sua força de vontade (e de toda sua família também) para dar a volta por cima”. A seguir, Cerbasi fornece algumas sugestões para decretar guerra às dívidas e tentar uma rápida eliminação delas:

Convoque a família para discutir a situação. Conversem sobre possibilidades de aumentar a renda. Utilizem a criatividade para vender coisas que não precisam para fazer um dinheirinho extra, evitem comprar que não sejam extremamente necessárias e se proponham a fazer esse esforço por um período curto e determinado, por exemplo, quatro ou cinco meses. (2009, p.123).

O consumidor também precisa levar em conta a necessidade de se fazer reservas como fim de investimento, ao invés de gastar tudo o que ganha em bens de consumo. Aparecida (2007, p.77) critica a falta de tal reserva quando diz que “A maioria da população concentra as suas compras apenas em bens de consumo ao invés de mesclar em bens de consumo e bens de rendimento”.

O tema investimento também é abordado sob a visão de Cerbasi (2009) que sugere que “viabilizar sobras de recursos é uma questão de escolha: se você optar por viver um padrão um pouco mais simples do que sua renda total permite, estará criada a condição necessária para a poupança”. Explica, porém, que “poupar não é o mesmo que investir”. E que “Quem poupa não necessariamente enriquece”.

Ademais, leciona Cerbasi que “investir é multiplicar suas reservas financeiras.” Diz ainda que “se você poupar com qualidade, reservando seu dinheiro em alternativas financeiras que sejam eficientes em vencer a inflação (mesmo que apenas no longo prazo), você estará investindo”. Clareia que para alcançar isso é necessário “saber exatamente o que você quer, pois alguma força de vontade é necessária para abrir mão de desejos presentes para colher mais desejos futuros”.

2.3. O papel da CODECON na Educação dos consumidores

O Código de Defesa do consumidor prevê em seu art. 4º que a Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo. Para atender a tais requisitos, é importante que alguns princípios sejam levados em consideração como a) o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo; b) a ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor, que abrange: iniciativa direta, incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas, presença do estado no mercado de consumo e garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho; c) harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilizar a proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; d) educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo; e) incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo; f) coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores; g) racionalização e melhoria dos serviços públicos; h) estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Fabricantes e fornecedores nem sempre respeitam os direitos do consumidor, ofertando produtos viciados, desrespeitando prazos de entrega, prestando serviços de qualidade inferior, veiculando propaganda enganosa, efetuando venda-casada, entre outras coisas maléficas ao consumo. O consumidor, por sua vez, muitas vezes desconhece seus direitos. Daí a importância dos Órgãos de defesa do Consumidor.

Nesse sentido, o Decreto nº 19.395 de 18 de março de 2009, que aprova o Regimento da Secretaria Municipal de Serviços Públicos e Prevenção à Violência – SESP informa que compete à Coordenadoria de Proteção e Defesa do Consumidor, através do setor de Educação e Divulgação:

- a. promover ações de caráter educativo, visando desenvolver a conscientização da população sobre seus direitos e deveres como consumidor;

- b. planejar e desenvolver programas de cunho educativo junto a entidades representativas e estabelecimentos de ensino referentes a proteção e defesa do consumidor;
- c. manter permanente intercâmbio de informações com órgãos correlatos, visando uma atuação integrada na consecução da defesa dos seus direitos do consumidor;
- d. viabilizar a realização de convênios com estabelecimentos de ensino, visando o desenvolvimento de ações preventivas e pedagógicas para a conscientização dos consumidores;
- e. desenvolver programas de treinamentos e preparação de educadores a fim de capacitá-los a participar e levar adiante os programas de educação e informação aos consumidores do Município de Salvador;
- f. promover a publicação de livros, manuais, cartilhas, panfletos e de outros instrumentos informativos visando manter o agente consumidor permanentemente informado sobre seus direitos e obrigações;
- g. desenvolver atividades educacionais capazes de incentivar a criação de associações de defesa do consumidor;
- h. promover eventos e ministrar palestras em estabelecimentos de ensino, empresas e para a comunidade em geral com o objetivo de conscientizar os consumidores;
- i. prestar aos consumidores, permanente orientação dos seus deveres, direitos e garantias.

3. Metodologia

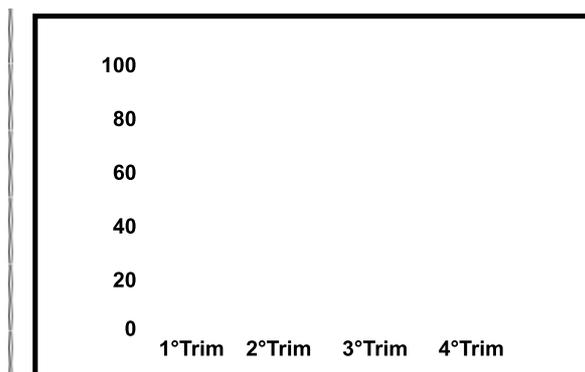
Com o fim de atingir o objetivo proposto, foi utilizada a pesquisa documental aliada à pesquisa bibliográfica. Segundo Silva (2008) esta forma de investigação é feita “em documentos conservados nos interior de órgãos públicos e privados” e que “o caráter objetivo da análise dos documentos procura desenvolver um grau de imparcialidade, evitando preferências pessoais”. A investigação foi realizada com base em levantamento bibliográfico, pesquisa documental em Relatórios na CODECON, nos setores de Apoio Técnico Jurídico e Atendimento e cálculo no ano de 2010 e conversas informais tanto com os servidores quanto com os consumidores passantes pelo referido órgão de defesa do consumidor.

Na análise documental buscou-se evidenciar o quantitativo de atendimentos, abertura de Reclamações, Processos Administrativos Instaurados, quantitativo de Audiências, Decisões, Atos enunciativos (decisões, despachos e atas de audiências), atos ordinários (ofícios, circulares, comunicação interna, notificações) e solicitações de Cálculos de: Proposta de 1% (Cálculo de 1% + refinanciamento + identificação de juros); atualização de Valores (correção monetária + débito); Telefonia Fixa: Pulsos ou similares; Evolução de Cartão de Crédito; Antecipação de Valores; Reajuste de Aluguel; Plano de saúde; COELBA; EMBASA etc.

4. Análise e interpretação dos Dados da Pesquisa

Os dados foram obtidos na Coordenadoria de Defesa do Consumidor – CODECON em Relatórios dos Setores de Apoio Técnico Jurídico - SEATJ e Atendimento e cálculos - SEACAL do ano de 2010, cedidos pelo Setor de Apoio operacional – SEAPO. Os dados coletados foram então transcritos para Planilhas, descritas a seguir:

ATIVIDADES DO SEATJ - SETOR DE APOIO TÉCNICO JURÍDICO ANO: 2010												
ATIVIDADE MÊS/ANO												
	JAN.	FEV.	MAR.	ABR.	MAI.	JUN.	AGO.	SET.	OUT.	NOV.	DEZ.	TOTAL
NÚMEROS DE ATENDIMENTOS (orientação e link)	193	80	138	169	277	287	310	289	350	290	280	2993
ABERTURA DE RECLAMAÇÕES	54	26	62	51	74	57	89	71	8	18	43	646
NOTIFICAÇÕES	65	28	70	56	136	69	102	78	9	18	48	784
RECLAMAÇÕES ARQUIVADAS (acordos, solicitações de desistência de reclamação e ausência do consumidor à audiência)	22	4	15	37	60	19	74	80	14	5	8	391
PROCESSOS ADMINISTRATIVOS INSTAURADOS	15	3	10	24	17	28	19	36	16	5	9	194
AUDIÊNCIAS	80	60	106	93	88	71	132	117	20	26	52	977
DECISÕES	0	11	0	0	13	25	27	9	50	20	8	227
ATOS ENUNCIATIVOS (decisões, despachos e atos de audiências)	37	10	24	29	141	43	3	46	5	5	12	368
ATOS ORDINÁRIOS (Ofícios, circulares, comunicação interna, Notificações, etc)	93	2	22	16	16	2	6	4	3	4	4	187
TOTAL DE PROCEDIMENTOS JURÍDICOS	559	224	447	475	822	601	762	730	475	391	464	6767

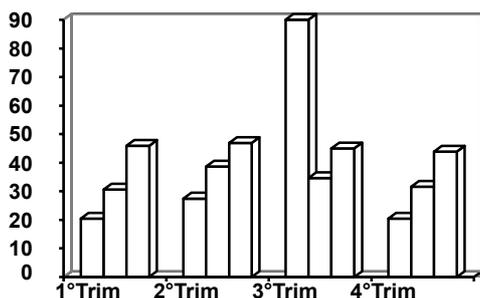


No mês de fevereiro houve uma queda no número de atendimentos, que pode ser em decorrência do período carnavalesco. O mês de março, por sua vez, apresenta maior realização de Audiências, o que pode sugerir muitas remarcações por conta do período carnavalesco.

Em agosto há aumento de reclamações, que pode ser causado pela “pós-compras” juninas. No mês de outubro houve uma procura maior, o que pode indicar uma preocupação por parte dos consumidores, em virtude das compras natalinas, ou pode indicar também que há um interesse em buscar a defesa do consumidor com o intuito de conseguir a retirada do nome dos serviços de proteção ao crédito com interesse de efetuar novas compras. A captação de dados do mês de outubro sinaliza incoerência uma vez que houve um número de 350 atendimentos e apenas 08 aberturas formais de Reclamações e 09 Notificações, houve falta de proporcionalidade entre pessoas atendidas e Reclamações abertas e consequentemente, maiores Notificações. Os procedimentos jurídicos em janeiro perfazem o total de 559, provavelmente em decorrência da preocupação dos consumidores com as excessivas compras efetuadas no período de festas de fim de ano anterior. Muitas pessoas exageraram no consumo e posteriormente, procuram os Órgãos de Defesa do Consumidor, na tentativa de se livrarem do endividamento ou de obterem auxílio por se sentirem lesadas por fornecedores ou prestadores de serviços. Os meses de maio, agosto e setembro apresentam os maiores números de procedimentos jurídicos, sendo 822, 762 e 730, respectivamente. Por outro lado, o mês que apresenta menor

número de totais de atendimentos é o mês de fevereiro, muito provavelmente por conta do recesso para o período do carnaval.

ATIVIDADES DO SEACAL- SETOR ATENDIMENTO E CÁLCULO ANO: 2010												
ATIVIDADE MÊS/ANO												
	JAN.	FEV.	MAR.	ABR.	MAI.	JUN.	JUL.	AGO.	SET.	OUT.	NOV.	DEZ.
PROPOSTA DE 1% cCálculo de 1% + refinanciamento + identificação de juros	329	292	243	278	393	265	421	207	530	535	332	380
ATUALIZAÇÃO DE VALORES (correção monetária + débito)	60	75	67	79	96	92	129	92	200	135	102	100
TELEMAR PULSOS OU SIMILARES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EVOLUÇÃO DE CARTÃO DE CRÉDITO	317	288	235	221	327	148	386	183	567	547	307	383
ANTECIPAÇÃO DE VALORES	4	4	10	0	3	32	8	3	0	9	5	10
REAJUSTE DE ALUGUEL	53	57	48	42	30	4	51	52	0	46	30	49
PLANO DE SAÚDE	5	2	2	2	3	4	6	6	0	6	8	12
COELBA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EMBASA	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0
ATENDIMENTO JURÍDICO	0	0	0	0	0	0	0	0	34	0	0	0
CÁLCULOS ARQUIVADOS	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	0	0
ATENDIMENTO AO PÚBLICO POR TELEFONE	68	87	57	60	34	52	63	58	42	53	40	56
TOTAL DE ORIENTAÇÃO AO PÚBLICO PESSOALMENTE SEM CÁLCULO	180	241	965	960	987	584	1064	552	38	673	549	482
TOTAL DE ORIENTAÇÕES AO PÚBLICO COM CÁLCULO	768	718	605	622	852	545	1.001	543	1.345	1.278	784	934
TOTAL DE ORIENTAÇÃO AO PÚBLICO POR TELEFONE SEM CÁLCULOS	68	87	57	60	34	52	63	58	42	53	40	56
TOTAL - MÊS	1.016	1.046	1.627	1.642	1.873	1.181	2.128	1.153	1.425	2.004	1.373	1.472
TOTAL ACUMULADO	1.016	2.062	3.689	5.331	7.204	8.385	10.513	11.666	13.091	15.095	16.468	17.940



O mês de outubro apresentou um aumento na realização de Cálculos de Proposta de 1% de 9% em relação ao mês anterior, totalizando 530 cálculos realizados, indicando o maior aumento no ano de 2010. Porém o mês que apresentou maior volume na realização desse tipo de cálculo foi o mês de outubro, com o total de 535 cálculos. Com relação ao maior

quantitativo de cálculos de atualização de Valores foi encontrado no mês de Setembro, com

200 cálculos realizados. Não houve Reclamações referentes a pulsos de telefone ou similares, que pode ser em decorrência dos resultados de outras Reclamações dessa natureza não terem sido bem-sucedidas, informações obtidas extra-oficialmente. Os Cálculos de Cartões de Crédito aumentaram de 183 em agosto para 567, no mês seguinte, o que pode sugerir uma preocupação do consumidor com as compras natalinas. O mês de setembro foi também o que teve maior quantidade da realização desse tipo de cálculo. Os Cálculos de Plano de saúde e atendimentos ao público por telefone apresentam-se com pouca variação durante o ano. Os cálculos de Reajuste de Aluguel foram efetuados em menor quantidade no mês de junho, o que pode indicar menor preocupação dos consumidores nesse mês devido às festas do período. Há uma disparidade no que tange à quantidade de cálculos arquivados, uma vez que há uma enorme quantidade de consumidores que não voltam para receber os cálculos solicitados.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve por finalidade identificar na Coordenadoria de Defesa do Consumidor - CODECON o quantitativo das Reclamações efetuadas pelos consumidores endividados, investigar no período de 2010 os consumidores que buscaram ajuda da Coordenadoria de Defesa do Consumidor – CODECON e avaliar o desempenho exercido pela referida coordenadoria na educação dos consumidores que passam por lá.

Mediante o estudo realizado foi possível perceber que a Coordenadoria de Defesa do consumidor – CODECON atende a um expressivo número de pessoas de diversas cidades da Bahia, ofertando assistência jurídica, realizando atendimentos diversos e efetuando cálculos nas relações de consumo para verificação de conduta abusiva ou não contra aqueles que representam parte vulnerável da relação.

Ao comparar o Setor de Atendimento e Cálculos e o Setor de Atendimento Jurídico, onde se realizam Audiências conciliatórias referentes a Reclamações diversas, exceto as de caráter financeiro, é perceptível que o número de Audiências envolvendo assuntos das variadas relações consumeristas ao longo do ano de 2010 é bem menor em relação aos cálculos efetuados envolvendo Evoluções de Cartões de Crédito, Empréstimos e Financiamentos, enfim, as que envolvem diretamente as finanças, o que pode indicar que a educação financeira interfere substancialmente na redução de Reclamações impetradas na Coordenadoria de Defesa do Consumidor, já que se os consumidores aprenderem a lidar com as finanças, fazendo bom uso do Cartão de Crédito, lidando de forma correta com financiamentos e empréstimos, conseguindo pagar em dia as suas dívidas, conseqüentemente se envolverão menos em exacerbado endividamento, terão compreensão nítida do significado de termos como taxas, juros, encargos, multa e mora. Desse modo, poderão se dar conta de que ao reduzir o endividamento, é possível aumentar o seu enriquecimento.

Também é possível perceber o quanto é necessário que a referida Coordenadoria atue de forma mais contundente na educação financeira desses vulneráveis consumidores que buscam apoio jurídico, de modo a reduzir o número de reclamações.

O presente estudo se mostrou limitado em decorrência do período estudado ter sido de apenas um ano, o que sugere que a pesquisa pode ser ampliada. Vale ressaltar que a mesma não é conclusiva, uma vez que não foi possível afirmar a relação entre a ausência de educação financeira e a efetiva diminuição no número de reclamações.

6. REFERÊNCIAS

APARECIDA, Yone. **O poder dos seus sonhos: Projeto de vida e Finanças pessoais: elabore o seu projeto de vida em equilíbrio com as suas finanças/Yone aparecida.** São Paulo: Scortecci, 2007.

BRASIL. Decreto nº 19.395 de 18 de março de 2009. **Aprova o Regimento da Secretaria Municipal de serviços públicos e Prevenção à Violência – SESP**, e dá outras providências. In: Diário Oficial do Município, Salvador, Ano XXII – Nº 4.858.

BRASILIA. **Manual de Direito do Consumidor:** Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2008.

CERBASI, Gustavo. **Como organizar sua vida financeira:** inteligência financeira pessoal na prática. 4ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo; ESPEJO, Márcia Maria dos Santos Bortolucci. **Finanças pessoais: conhecer para enriquecer.** São Paulo: Atlas, 2010.

Código de Proteção e Defesa do consumidor- Nova Ed. Ver., atual. E ampl. Com o Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1.997- Brasília, : ministério da Justiça, 2003.

KIYOSAKI, Robert T. e LECHTER, Sharon L. **Pai rico, pai pobre:** o que os ricos ensinam a seus filhos sobre dinheiro. Tradução de Maria José Cyhlar Monteiro. 68 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

KOSTESKI, Graciele. **A HISTORIA DAS RELAÇÕES DE CONSUMO** – Um apanhado Geral da História do Direito do Consumidor.< Disponível em <http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/1769/A-historia-das-relacoes-de-consumo> Acesso em 02/03/2011 às 15:54:07.

PAJOLI, Antonio Carlos La Gambá. **ASPECTOS DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR RELACIONADOS À PROTEÇÃO E DEFESA DOS SEUS DIREITOS.** Disponível em <<http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/C00-art03.pdf>> Acesso em 21/04/2011 às 09:19:00 h

PENTEADO, Silvia. Coma Educação financeira, Um Upgrade na Formação dos Jovens. **Revista da Nova Bolsa**, nº 08/2010. www.bmfbovespa.com.br/revista

ROGOWSKI, João-Francisco. **DÍVIDAS UM FENÔMENO MUNDIAL.** Canal Eletrônico. Disponível em http://www.canaleletronico.net/index.php?option=com_content&view=article&id=414. Acesso em: 25/02/2011 às 21:50:00