

ISF: Digitalizarea pune presiune si mai mare pe nevoia de educatie financiara în rândul consumatorilor, dar si al brokerilor

Digitalizarea pune presiune si mai mare pe nevoia de educatie financiara în rândul consumatorilor, dar si în rândul brokerilor, în piata financiara nebancara, iar pandemia creste nevoia de asigurari facultative în România, se spune într-un comunicat al Institutului de Studii Financiare, referitor la discutiile din cadrul Conferintei Internationale ISF2021 - editia a VII-a "Calitatea în serviciile financiare".

Autoritatea de Supraveghere Financiara, prin Institutul de Studii Financiare, ajunge, prin cursurile si proiectele de educatie financiara, la mii de elevi si studenti si la sute de profesori.

"Dezideratul comun al ASF si ISF este acela de a transmite consumatorului cum sa își aleaga cât mai eficient produsele financiare, cum sa investeasca cât mai bine în piata financiara. Acesta este si motivul pentru care, în ultimul an, ISF a dat startul mai multor colaborari la nivelul universitatilor de prestigiu din tara, iar demersul, care a fost un real succes, a strâns peste 1.500 de studenti participanti la cursuri. Tot în aceasta perioada, ISF a încheiat si mai multe parteneriate cu inspectoratele scolare, în urma carora cadrele didactice din învățământul preuniversitar au fost instruite cu notiuni de educatie financiara. În ceea ce priveste proiectele Autoritatii, digitalizarea este una dintre preocuparile pentru perioada imediat urmatoare. Intentionam ca, în cel mai scurt timp, sa introducem tehnologia de tip blockchain în programele informatice pe care le vom implementa pe viitor, pentru a evita orice risc pe zona financiara si pentru a proteja, cât mai eficient, pietele financiare pe care le supaveghem. De asemenea, ASF a aprobat saptamâna aceasta si o serie de recomandari catre entitatile supravegheate cu privire la riscurile actuale privind mediul. Tot în acest sens, ASF va trebui sa instruiasca toate companiile supravegheate pentru ca investitiile pe care le vor face în perioada urmatoare sa fie aliniate cerintelor dar si restrictiilor de mediu aferente legislatiei care se va aplica", a declarat Nicu Marcu, presedintele ASF.

El a afirmat ca Autoritatea a decis crearea unei sectiuni distincte, în cadrul site-ului ASF, care sa puna la dispozitia entitatilor din piata financiara non-bancara toate noutatile si recomandarile în concordanta cu politicile de mediu.

Nivelul de dezvoltare al unei economii este direct legat de cât de educata financiar este populatia. Astfel, concurenta reala, dar si calitatea produselor financiare creste atunci când un client alege în functie de calitate si poate distinge nevoia reala între produsele de pe piata.

"Un consumator mai bine informat si educat financiar va sti ce produs i se potriveste mai bine sau va sti sa investeasca în piata de capital. De asemenea, vânzatorul de la care cumpara produsul, trebuie sa fie foarte bine pregatit. ISF a certificat, în 2020, peste 20 de mii de persoane în piata asigurarilor. Avem foarte multe programe facultative, atât pentru liceeni, cât si pentru studenti, angajati ai companiilor din România sau profesori de gimnaziu. Trebuie sa stim la ce nivel suntem când vorbim despre instrumentele financiare si accesul la ele. Pentru a cunoaste acest nivel, analizam si calculam bianual indicatorul de incluziune financiara. Cu cât diversitatea instrumentelor este mai mare si digitalizarea mai prezenta, cu atât indicatorul este mai mare. Ultima analiza arata ca indicatorul de incluziune financiara în România a ajuns la 0,13 procente, este unul scazut, suntem în a doua parte a clasamentului în UE. Pe piata de capital e de 0,18%, iar pe pensii private incluziunea financiara este la nivelul de 0,19%. Piata asigurarilor este codasa, în schimb. Astfel, eforturile noastre se îndreapta spre aceasta piata, pentru a ridica gradul de incluziune financiara", a explicat Valentin Ionescu, presedintele ISF.

Asumarea documentata a deciziilor financiare trebuie sa ajunga ceva obisnuit în societatea noastra, este de parere Marian Siminica, directorul executiv al ISF.

"Daca investesti o suma de bani în actiuni, aceasta are un potential ridicat de câstig, dar câstigul nu este garantat.

Optiunea pentru o anumita alternativa investitionala este personala, însa trebuie sa fie bine documentata, bazata pe informatii. Nu cred ca se pune problema de lipsa a informatiei, la acest moment exista o avalansa de informatii. Pentru a filtra informatia, pentru a o înțelege si a o prelucra e nevoie de educatie financiara. Studiile releva o legatura directa între nivelul de educatie financiara si bunastarea unui popor. La nivelul ISF, derulam numeroase proiecte de educatie financiara - proiectul SmartFin fiind cel mai mare dintre ele. Este un proiect prin care specialisti din pietele financiare nebankare tin prelegeri în fata studentilor pe teme ce privesc modul de functionare a acestor piete, prezentarea caracteristicilor diferitelor produse si servicii financiare, oportunitati de cariera etc. Pe baza feed-back-ului primit de la studenti avem în pregatire un nou proiect, Academia de Asigurari, în parteneriat cu UNSAR, pe care dorim sa îl lansam la începutul anului viitor, în cadrul caruia care vom selecta o grupa de 25 de studenti. Proiectul are doua componente - training si competitie de proiecte. Investitia în proiecte de educatie financiara e o investitie în viitor", a explicat Siminica.

Finantarea si apetitul de risc sunt privite limitat si trebuie extinse, explica Horia Braun Erdei, directorul general al Erste Asset Management.

"Când vorbim de finantarea companiilor nu stam foarte bine, procentul de capital de risc utilizat în finantarea companiei e mult sub media din UE. Companiile din România au nevoie de finantare antreprenoriala, iar populatia din România economiseste destul de putin. Concentrându-ne pe zona aceasta de risc, e foarte important sa înțelegem ca în societatea româneasca a discuta despre risc e tabu, creeaza anxietati si reminiscente din perioada comunismului. Trebuie sa avem o cultura generala mai vasta în ceea ce priveste riscul. Educatia financiara are un rol important. Pe lângă aceste actiuni care trebuie sa fie permanente, trebuie sa începem sa punem mai multe caramizi pentru dezvoltarea pietei de capital, sa vorbim mai mult despre asumarea riscului financiar, sa le înțeleaga. Aici e foarte importanta si educatia prin actiune. Nu trebuie sa economisim deloc timp în a explica oamenilor la ce riscuri se expun când vor sa investeasca. Cred ca e nevoie sa vorbim mai mult de relatia dintre risc si randament potential. Noi, ca furnizor de servicii trebuie sa oferim transparenta maxima", a explicat Horia Braun Erdei.

Consumatorul trebuie sa fie în centrul strategiei de digitalizare a companiilor de asigurari, este de parere Gerke Witteveen, CFO NN Asigurari de Viata.

"Tot mai multe decizii si pareri sunt formate din mediul digital. Utilizarea telefoanelor mobile si folosirea tehnologiei digitale sunt în continua crestere. Industria asigurarilor în România trebuie sa creasca, sa se dezvolte. Digitalizarea trebuie sa ajute la cresterea accesului populatiei la astfel de servicii. Nu trebuie, în schimb, sa aduci tehnologie de dragul tehnologiei. Trebuie sa te gândești la consumator, care trebuie sa defineasca întreg procesul. Tehnologia schimba cum facem lucrurile, dar nu trebuie sa uitam ca cel care definește procesul de digitalizare este consumatorul si nevoile acestuia. Populatia pe glob creste foarte încet iar în România este în scadere. Statisticile arata un avans fulminant al folosirii telefonului- la nivel global 5,2 miliarde de persoane din putin peste 7 miliarde au telefon mobil. În România, o persoana are si doua telefoane mobile. Totodata, mai mult de jumatate din populatie are conectare la Internet. Când ne uitam la nivel global, timpul pe care oamenii îl petrec pe telefon este cu peste 78% mai mare fata de timpul petrecut la televizor. Cred ca trebuie sa tinem cont de asta si sa dezvoltam strategia de digitalizare în aceasta directie", a explicat oficialul NN Asigurari de Viata.

Pregatirea profesionala a vânzatorilor de asigurari este esentiala pentru cresterea gradului de educatie financiara, este de parere Adrian Marin, presedintele UNSAR.

"Cresterea nivelului de pregatire profesionala a vânzatorilor de asigurari e foarte importanta, iar rolul ISF în acest sens este primordial. Chiar daca impactul retragerii autorizarii de functionare a companiei City Insurance a fost mare, am certitudinea ca piata se va regla. Știm ca zona RCA e încarcata de emotie din punct de vedere emotional, dar indicatorii oficiali arata ca rata daunei e de 100%, la care se adauga si alte taxe si cheltuieli. În total, ajungem la o rata tehnica de peste 140%. Ne referim la toate tipurile de asigurari. În acest cadru, alaturi de ASF si ISF, ne

intensificam eforturile de informare. În cadrul UNSAR, ne dorim sa crestem nivelul de înțelegere a rolului si utilitatea RCA. Ceea ce înseamna evolutiile tarifare sunt în apanajul fiecărei companii. Apelam în premiera la o serie de animatii care vor fi promovate în cât mai multe medii, pentru a informa consumatorul", a sustinut acesta.

Institutul de Studii Financiare (ISF), fondat de Autoritatea de Supraveghere Financiara, este un centru de excelenta în domeniul studierii pietelor de profil si derularii programelor de educatie financiare pentru asigurarea competentelor, aptitudinilor si cunostintelor personalului institutiilor financiare si a personalului ASF si pentru cresterea nivelului de educatie financiara al consumatorilor de servicii si produse financiare non-bancare. Pe termen lung, ISF își propune alinierea activitatii la cerintele europene, trecerea de la acumularea de cunostinte la acumularea si evaluarea de competente, furnizarea de programe de formare profesionala pentru domeniul financiar nebanca adaptate noilor procese organizationale, determinate de cerintele legislative, de dinamica pietei si a cadrului european, contribuind la maturizarea pietei financiare nebanca din România, la crearea capacitatii acesteia de a face fata concurentei induse de globalizare sau efectelor crizelor economice.