

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 supraveghem. 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.

Opțiunea pentru o anumită alternativă investițională este personală, însă trebuie să fie bine documentată, bazată pe informații. Nu cred că se pune problema de lipsă a informației, la acest moment există o avalanșă de informații. Pentru a filtra informația, pentru a o înțelege și a o prelucra e nevoie de educație financiară. Studiile relevă o legătură directă între nivelul de educație financiară și bunăstarea unui popor. La nivelul ISF, derulăm numeroase proiecte de educație financiară - proiectul SmartFin fiind cel mai mare dintre ele. Este un proiect prin care specialiști din piețele financiare nebankare țin prelegeri în fața studenților pe teme ce privesc modul de funcționare a acestor piețe, prezentarea caracteristicilor diferitelor produse și servicii financiare, oportunități de carieră etc. Pe baza feedback-ului primit de la studenți avem în pregătire un nou proiect, Academia de Asigurări, în parteneriat cu UNSAR, pe care dorim să îl lansăm la începutul anului viitor, în cadrul caruia vom selecta o grupă de 25 de studenți. Proiectul are două componente - training și competiție de proiecte. Investiția în proiecte de educație financiară e o investiție în viitor", a explicat Siminica.

Finanțarea și apetitul de risc sunt privite limitat și trebuie extinse, explică Horia Braun Erdei, directorul general al Erste Asset Management.

"Când vorbim de finanțarea companiilor nu stăm foarte bine, procentul de capital de risc utilizat în finanțarea companiei e mult sub media din UE. Companiile din România au nevoie de finanțare antreprenorială, iar populația din România economiseste destul de puțin. Concentrându-ne pe zona această de risc, e foarte important să înțelegem că în societatea românească a discuta despre risc e tabu, creează anxietăți și reminiscențe din perioada comunismului. Trebuie să avem o cultură generală mai vastă în ceea ce privește riscul. Educația financiară are un rol important. Pe lângă aceste acțiuni care trebuie să fie permanente, trebuie să începem să punem mai multe cărămizi pentru dezvoltarea pieței de capital, să vorbim mai mult despre asumarea riscului financiar, să le înțeleagă. Aici e foarte importantă și educația prin acțiune. Nu trebuie să economisim deloc timp în a explica oamenilor la ce riscuri se expun când vor să investească. Cred că e nevoie să vorbim mai mult de relația dintre risc și randament potențial. Noi, ca furnizor de servicii trebuie să oferim transparență maximă", a explicat Horia Braun Erdei.

Consumatorul trebuie să fie în centrul strategiei de digitalizare a companiilor de asigurări, este de părere Gerke Witteveen, CFO NN Asigurări de Viață.

"Tot mai multe decizii și păreri sunt formate din mediul digital. Utilizarea telefoanelor mobile și folosirea tehnologiei digitale sunt în continuă creștere. Industria asigurărilor în România trebuie să crească, să se dezvolte. Digitalizarea trebuie să ajute la creșterea accesului populației la astfel de servicii. Nu trebuie, în schimb, să aduci tehnologie de dragul tehnologiei. Trebuie să te gândești la consumator, care trebuie să definească întreg procesul. Tehnologia schimbă cum facem lucrurile, dar nu trebuie să uităm că cel care definește procesul de digitalizare este consumatorul și nevoile acestuia. Populația pe glob crește foarte încet iar în România este în scădere. Statisticile arată un avans fulminant al folosirii telefonului - la nivel global 5,2 miliarde de persoane din puțin peste 7 miliarde au telefon mobil. În România, o persoană are și două telefoane mobile. Totodată, mai mult de jumătate din populație are conectare la Internet. Când ne uităm la nivel global, timpul pe care oamenii îl petrec pe telefon este cu peste 78% mai mare față de timpul petrecut la televizor. Cred că trebuie să ținem cont de asta și să dezvoltăm strategia de digitalizare în această direcție", a explicat oficialul NN Asigurări de Viață.

Pregătirea profesională a vânzătorilor de asigurări este esențială pentru creșterea gradului de educație financiară, este de părere Adrian Marin, președintele UNSAR.

"Creșterea nivelului de pregătire profesională a vânzătorilor de asigurări e foarte importantă, iar rolul ISF în acest sens este primordial. Chiar dacă impactul retragerii autorizării de funcționare a companiei City Insurance a fost mare, am certitudinea că piața se va regla. Știm că zona RCA e încărcată de emoție din punct de vedere emoțional, dar indicatorii oficiali arată că rata daunei e de 100%, la care se adaugă și alte taxe și cheltuieli. În total, ajungem la o rată tehnică de peste 140%. Ne referim la toate tipurile de asigurări. În acest cadru, alături de ASF și 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 fiecarei 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.