



**INSTITUTO DE SUPERVISÃO DE SEGUROS
DE MOÇAMBIQUE**

**ESTRATÉGIA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA EM SEGUROS (EFISE)
PARA O QUINQUÉNIO DE 2014 A 2018**

Maputo, Julho de 2014

ÍNDICE

FUNDAMENTAÇÃO	3
I. INTRODUÇÃO	4
1. Importância do seguro e da educação financeira em seguros	4
2. Contexto	5
II. OBJECTIVOS	6
1. Objectivo geral	6
2. Objectivos específicos	6
III. ACÇÕES DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA EM SEGUROS	6
IV. METODOLOGIA	7
1. Indicador de desempenho	8
2. Entidades a contactar	8
3. Entidades parceiras	9
4. Meios necessários	9
5. Meios de divulgação	9
6. Factores de sucesso	9
V. RESULTADOS ESPERADOS	10

FUNDAMENTAÇÃO

Constituem factores cruciais, que exigem do Instituto de Supervisão de Seguros de Moçambique (ISSM), como entidade fiscalizadora e supervisora da actividade seguradora, a tomada de iniciativas visando a consciencialização e protecção dos consumidores de produtos de seguros, entre outros, os seguintes:

- i) a complexidade dos conceitos e produtos de seguro;
- ii) o desconhecimento da importância de segurar;
- iii) a fraca adesão aos seguros por parte da população; e
- iv) a falta de esclarecimento sobre os princípios que norteiam o contrato de seguro, nomeadamente os direitos e deveres das partes (segurador e o tomador do seguro), à luz do Regime Jurídico dos Seguros, aprovado pelo Decreto-Lei nº 1/2010, de 31 de Dezembro.

Na verdade, só um cidadão informado pode tomar decisões conscientes sobre a escolha de produtos de seguros, adequados às suas necessidades, diminuindo, deste modo, o risco de contratação de seguros que não correspondam às expectativas individuais.

Urge, pois, o estabelecimento de mecanismos de apoio e educação do consumidor, tendo igualmente em conta as iniciativas regionais, conforme a recomendação do Comité das Autoridades de Seguros, Títulos e Instituições Financeiras Não-Bancárias da SADC (CISNA), que encoraja os membros a adoptarem estratégias com vista à protecção e educação do consumidor.

Havendo necessidade de o ISSM se dotar de um instrumento que defina as linhas mestras de orientação para a educação e protecção do consumidor, apresenta-se a Estratégia de Educação Financeira em Seguros (EFISE).

Maputo, Julho de 2014

I. INTRODUÇÃO

1. Importância do seguro e da educação financeira em seguros

De entre várias formas de prevenção de riscos futuros e incertos, o seguro tem se revelado ser a mais eficaz e moderna, assumindo papel importante na captação da poupança, pois envolve a transferência do risco de perda de uma entidade (empresa ou indivíduo) para outra entidade (seguradora) que assume os riscos e recebe em troca um prémio.

Com efeito, muitas vezes somos encontrados desprevenidos por sinistros cujo impacto financeiro é incalculável.

A adesão a produtos de seguros é, pois, importante, na medida em que permite:

- i) gestão de riscos;
- ii) ressarcimento decorrente de um sinistro;
- iii) viabilização das operações e contractos inerentes a certa actividade;
- iv) elevação de recursos;
- v) garantia da capacidade e estabilidade económico-financeira da sociedade e, conseqüentemente, do país.

Com a adesão aos produtos de seguros, o tomador do seguro transfere a terceiros (seguradoras) a assunção do risco, cujo impacto financeiro é elevado, em contrapartida do pagamento de uma despesa antecipada, de valor relativamente menor (prémio de seguro), fortalecendo, assim, a sua capacidade financeira, pois aquelas instituições estão especializadas na gestão de riscos.

O seguro é, na verdade, uma fonte de equilíbrio e tranquilidade, na medida em que contribui para a eliminação da ansiedade decorrente da insegurança face às incertezas do futuro e das constantes transformações globais, a todos os níveis. Por isso, o seguro diminui, de certa forma, o risco de perdas a que se está sujeito. Portanto, estar seguro é estar protegido.

Assim, tendo em atenção que no sector financeiro, em geral, e na actividade seguradora, em particular, ainda se verifica, a nível do consumidor, a ausência de informação e certo ruído na comunicação entre os operadores e aquele, no âmbito do dever de informação, previsto no artigo 90 e

seguintes do Regime Jurídico dos Seguros, aprovado pelo Decreto-Lei no 1/2010, de 31 de Dezembro, o ISSM, entidade supervisora e fiscalizadora da actividade seguradora, desempenha um papel relevante para o bom funcionamento do mercado de seguros, competindo-lhe, nos termos estatutários, assegurar os mecanismos de relacionamento com o consumidor.

Nestes termos, cumprindo cada um dos intervenientes o seu papel, sem subestimar a particular importância dos *media*, no âmbito da informação e educação do consumidor, o mercado segurador desenvolver-se-á num ambiente saudável, garantindo uma indústria de seguros mais sólida, eficiente e eficaz.

2. Contexto

O mercado de seguros moçambicano desenvolve-se num contexto presentemente caracterizado por:

- Um sistema não inclusivo, permitindo, portanto, constante exposição a riscos por parte da maioria da população;
- Inexistência de um Plano Estratégico Nacional de Educação Financeira, conduzindo a que instituições públicas, como o Banco de Moçambique (BM), Direcção Nacional de Promoção do Desenvolvimento Rural (DNPDR) e Bolsa de Valores de Moçambique (BVM) actuem isoladamente em campanhas de educação financeira, nos respectivos domínios de especialidade;
- Desenvolvimento de novas tecnologias e consequente utilização para comercialização de produtos financeiros;
- Oferta diversificada de produtos financeiros;
- Inexistência de empresas micro-seguradoras;
- Pouca adesão ao seguro obrigatório de responsabilidade civil automóvel, instituído pela Lei nº 2/2003, de 21 de Janeiro;
- Inexistência de associação representativa de corretores de seguros;
- Aumento de reclamações pela prestação de serviços dos operadores do mercado de seguros, resultante fundamentalmente de i) morosidade, falta de regularização ou regularização parcial de sinistros, sem explicação plausível e ii) diferendo decorrente da não canalização à respectiva seguradora de prémios pagos ao mediador;
- Aumento da expectativa da população no alcance do bem-estar.

II. OBJECTIVOS

1. Objectivo geral

Informar, formar e orientar a sociedade sobre conceitos e produtos de seguros, de modo a que esta fique sensibilizada sobre a importância de ter seguro, fazendo, para o efeito, escolha devidamente ponderada em relação aos diferentes riscos a que está exposto.

2. Objectivos específicos

Constituem objectivos específicos da EFISE os seguintes:

- Estimular o interesse e cultura de seguro;
- Disseminar mensagens sobre o mercado segurador à sociedade;
- Intensificar a protecção dos consumidores, dotando-os de bases e instrumentos que lhes permitam decidir conscientemente sobre as suas escolhas e promover conduta íntegra por parte dos operadores;
- Melhorar a relação entre os consumidores e operadores de seguros, respeitando mutuamente os direitos e obrigações de cada parte;
- Impulsionar a actividade seguradora no segmento de micro-seguro;
- Impulsionar um mercado fiável para os investidores e todos os intervenientes na área de seguros.

III. ACÇÕES DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA EM SEGUROS

Importa referir que, as acções adiante descritas, serão traduzidas em projectos onde constarão os objectivos e os cronogramas específicos para a sua implementação, consoante a seguinte ordem de prioridade:

Prioridade 1

- Finalizar o processo para a disponibilização da página web com conteúdos informativos e outros canais interactivos, de modo a que o ISSM esteja mais próximo do consumidor;

Prioridade 2

- Estabelecer mecanismos de atendimento ao consumidor (espaço físico e uma linha verde);

Prioridade 3

- Projectar programas de formação em seguros para jornalistas;

Prioridade 4

- Produzir, divulgar e distribuir brochuras, *flyers* e documentos informativos, pertinentes, em seguros e um spot publicitário;

Prioridade 5

- Realizar palestras em matéria de seguros de carácter incentivador a estudos, pesquisas e trabalhos de monografia, dirigidas aos estudantes das instituições do ensino geral, do ensino técnico e das Universidades e aos líderes comunitários.

Prioridade 6

- Reforçar a biblioteca do ISSM para melhor servir às instituições de ensino;

Prioridade 7

- Colaborar com as instituições de ensino na elaboração de curricula escolares em matéria de seguros;

IV. METODOLOGIA

A metodologia a ser usada na implementação da EFISE consistirá em:

- Parcerias entre o sector público e privado, para formulação e implementação de uma Estratégia de Educação Financeira em Seguros (posteriormente uma Estratégia Nacional de Educação Financeira), considerando acções de carácter gratuito e prevalência do interesse público;
- Gestão centralizada das actividades e execução descentralizada;
- Análise de estudos e pesquisas de outras entidades financeiras nacionais;
- Actuação permanente em coordenação com a Associação de Defesa do Consumidor de Moçambique (ADECOM).
- Educação financeira em seguros nas zonas rurais, através de adopção de métodos de comunicação comunitária.

- Visitas às zonas rurais, outras entidades financeiras e instituições que se relacionam com o ISSM, sempre que houver necessidade e oportunidade para o efeito.
- Avaliação e revisão periódicas e permanentes que deverão ser encarados como uma necessidade de desenvolvimento da Estratégia e uma oportunidade de reflexão, balanço e introdução de melhorias. Para o efeito, a observação de carácter sistemático constituir-se-á como metodologia base de avaliação, permitindo um juízo relativo à adequação dos objectivos traçados inicialmente e respectivo cumprimento.

1. Indicador de desempenho

Não existindo um estudo onde poder-se-ia tomar como base para apurar o nível de conhecimento da população moçambicana sobre seguros, torna-se difícil obter um indicador de desempenho. Deste modo, prevê-se que, mês antes das apresentações das palestras e formações, faça-se um inquérito arredores dos locais dos eventos (escolas, bairros, e algumas entidades públicas, assim como privadas).

Assim, através do método indutivo, que consiste em considerar um número suficiente de casos particulares, para concluir uma verdade geral, o ISSM terá bases para avaliar o nível de conhecimento sobre seguros da população moçambicana, o que permitirá, na fase posterior às palestras e formações, através de um novo inquérito, medir o impacto das acções previstas na EFISE.

2. Entidades a contactar

A implementação da referida estratégia implicará o estabelecimento de parcerias, colaboração e troca de experiência, para posterior desenho de projectos e ou programas de educação financeira de âmbito nacional.

Nessa ordem, prevê-se, a articulação indispensável, entre outras, com as seguintes entidades:

- Associação de Defesa do Consumidor de Moçambique (ADECOM);
- Banco de Moçambique (BM);
- Bolsa de Valores de Moçambique (BVM);
- Direcção Nacional de Promoção e Desenvolvimento Rural (DNPDR);
- Instituto Nacional de Transportes Terrestres (INATTER);

- Ministério do Interior (Policia de Trânsito);
- Ministério da Educação;
- Ministério da Juventude e Desportos;
- Ministério das Obras Públicas;
- Universidades e Escolas;
- Companhias de telefonia móvel.

3. Entidades parceiras

- Comunidade para o Desenvolvimento Académico (CADE);
- Instituições de ensino geral;
- Instituições de ensino técnico;
- Universidades.

4. Meios necessários

Para prossecução dos objectivos acima referidos, o ISSM deverá dispor dos seguintes meios:

- Recursos Humanos;
- Transporte (no âmbito de deslocações);
- Comunicação (no âmbito de coordenação de programas de trabalho);
- Um telefone, uma linha telefónica e um e-mail exclusivos para atendimento gratuito ao consumidor;
- Logística inerente à realização de acções formativas em seguros para os grupos previamente identificados;
- Material corporativo (brochuras, panfletos, livros, legislação, blocos de notas, canetas, etc).

5. Meios de divulgação

Rádio Moçambique, rádios comunitárias, televisões, jornais, participações em feiras, realização de seminários, acções publicitárias (distribuição de folhetos...), etc.

6. Factores de sucesso

Constituem alguns factores de sucesso, designadamente:

- Garantia de alocação do necessário orçamento ;
- Parcerias com a *media*;
- Apoio de entidades públicas e privadas.

V. RESULTADOS ESPERADOS

Espera-se que, no âmbito da implementação da presente proposta de EFISE, decorra no pressuposto de que deverá ser possível a realização do conjunto de ações arroladas no documento, contribuindo decisivamente para a consolidação de uma cultura de seguro que se traduza numa postura melhorada do consumidor, em relação aos produtos de seguro. Prevê-se, em particular, o seguinte:

- Operacionalização da linha verde de atendimento ao consumidor, até princípios do quarto trimestre de 2014;
- Maior adesão a produtos de seguros, com particular destaque dos obrigatórios;
- Aumento da notoriedade do ISSM no mercado, que poderá ser medido pelo fluxo de correspondência enviada pelos consumidores, através de cartas, telefonemas, e-mail, acesso ao site do ISSM, visitas ao ISSM, etc;
- Maior conhecimento dos produtos de seguros pelo consumidor;
- Novos consumidores com acesso a produtos de seguro, o que poderá ser medido pelo número dos que aderiram aos seguros desde o início e término das campanhas a serem realizadas.
- Jornalistas formados em matéria de seguros;
- Realização de pelo menos duas palestras, por ano, a nível nacional com a participação de algumas entidades e instituições de ensino. Portanto, uma na zona Sul do país, e outra, igualmente, na zona Centro e ou Norte.