

INCLUSIVE INSURANCE MARKET DEVELOPMENT AND CONSUMER EDUCATION



Thursday, March 25, 2021

Key questions and speaker introductions

What is the role of consumer education and awareness campaigns and why are they important?

Is consumer education effective for both consumers and insurers? Does it translate into an increased uptake of insurance services?

Who are the various players in the consumer education ecosystem and what are their key roles?



SAIA

SOUTH AFRICAN INSURANCE ASSOCIATION

DRIVING INCLUSIVE INSURANCE:

A COMBINED EFFORT

March 2021

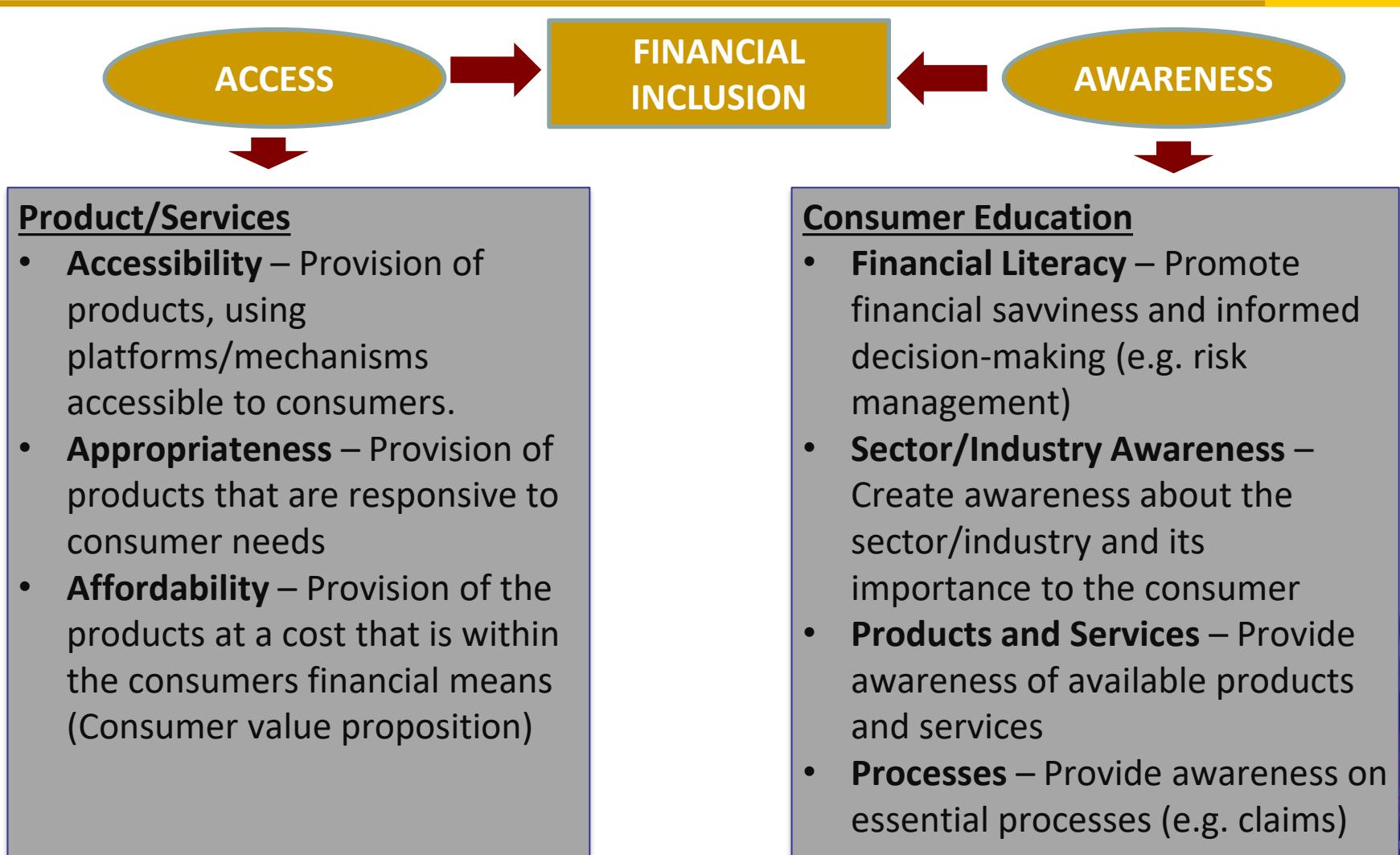
By: Viviene Pearson

SAIA CEO



SAIA

FINANCIAL INCLUSION OVERVIEW



STAKEHOLDERS (SA Context)

Government

- The Presidency
- National Treasury
- The dtic

Government/ Regulators

Regulators

- PA
- FSCA
- Credit Regulator
- Information Regulator
- FIC
- Competition Commission

FINANCIAL
INCLUSION

Industry Bodies

- SAIA
- BASA
- ASISA
- FIA

Sector/Industry Businesses

- Banking
- Life Assurance
- Non-life insurance
- Credit
- Savings



SAIA

Role of Government/Regulators

- Economic Policy Development
 - Adoption of Sustainable Development Goals
 - National Development Plan (NDP)
 - Financial Inclusion Policy
- Legislative frameworks
 - B-BBEE Act/Financial Sector Code
 - Micro-insurance Act/Insurance Act
 - Credit Act
 - Consumer Education Standards



SAIA

Role of Industry Bodies

- **Industry Research**

- Understanding of consumer market and needs
- Identification of market gap (product development)
- Best Practice framework analysis

- **Industry initiatives**

- Development of industry frameworks/Guidelines
- Adoption of industry flagship projects
- Encourage member participation

- **Advocacy**

- Coordination of industry views
- Lobbying through industry position papers
- Coordination of industry reporting



SAIA

Role of Product Providers

- **Product and services**
 - Development of appropriate products
 - Marketing and selling of products
- **Consumer Education**
 - Provide financial literacy to promote sound financial decision making
 - Provide industry product and service awareness
 - Provide industry processes awareness
- **Compliance**
 - Compliance of available regulatory frameworks



SAIA

Collaboration

- Sector Framework
 - Financial Sector Code
- Sector Consumer Education Initiative
 - Money Smart Week
- Industry Consumer Education Initiatives
 - SAIA Consumer Education Fund
- Public and Private Partnerships (Policy development and market failure)
 - Public Private Growth Initiatives (PPGI),
 - Intergovernmental Fintech Working Group (IFWG)



SAIA

Key Take Aways

- Financial Inclusion: Two parts of one whole:
 - Access to appropriate, affordable insurance products
 - Consumer education to empower consumers to make the choices that are right for them
- A holistic, coordinated and collaborative approach could accelerate broader financial inclusion
- Different role players have different roles
- Working together increases impact and reach



SAIA

Projects



BUILDING RESILIENT BUSINESSES
An initiative aiming to equip small businesses with the necessary skills to weather the storms of entrepreneurship.

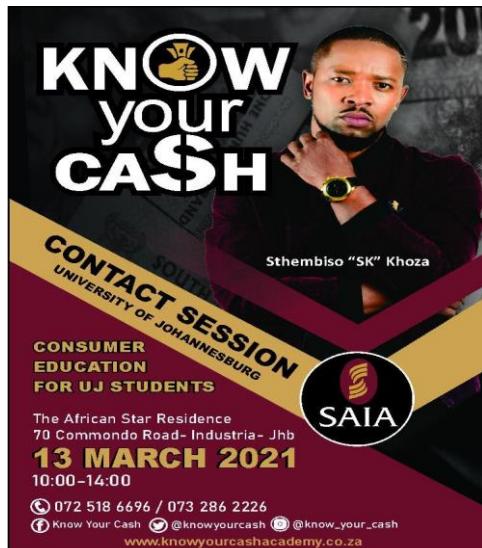
Powered by

SAIA
South African Insurance Association

Seminars/Workshops
• Risk Management for SMME's
• Financial Literacy for SMME's

Contact us on info@naswenda.co.za | 011 655 7383
Delivered by 

SMME CE Project



KNOW your CASH
Stembiso "SK" Khoza

CONTACT SESSION
UNIVERSITY OF JOHANNESBURG

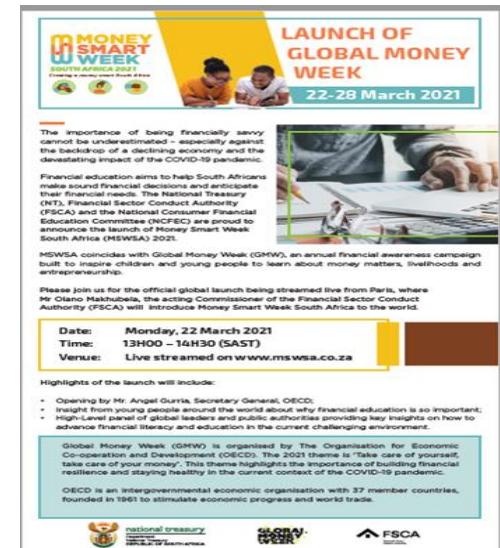
CONSUMER EDUCATION FOR UJ STUDENTS

The African Star Residence
70 Commando Road- Industria- Jhb
13 MARCH 2021
10:00-14:00

072 518 6696 / 073 286 2226
www.knowyourcashacademy.co.za



Young adults CE Project



LAUNCH OF GLOBAL MONEY WEEK
22-28 March 2021

The importance of being financially savvy cannot be underestimated – especially against the backdrop of the COVID-19 pandemic and the devastating impact of the COVID-19 pandemic.

Financial education aims to help South Africans make sound financial decisions and anticipate their financial needs. The National Treasury (Nt), Financial Sector Conduct Authority (FSCA) and the National Consumer Financial Education Council (NCFEC) have joined forces to announce the launch of Money Smart Week South Africa (MSWSA) 2021.

MSWSA coincides with Global Money Week (GMW), an annual financial awareness campaign built around educating children and young people to learn about money matters, livelihoods and entrepreneurship.

Please join us for the official global launch being streamed live from Paris, where Mr Olano Makubela, the acting Commissioner of the Financial Sector Conduct Authority (FSCA) will introduce Money Smart Week South Africa to the world.

Date: Monday, 22 March 2021
Time: 13H00 – 14H30 (SAST)
Venue: Live streamed on www.mswsa.co.za

Highlights of the launch will include:

- Opening by Mr Angel Gurria, Secretary General, OECD.
- Insight from young people around the world about why financial education is so important; plus a Q&A session with young people providing key insights on how to advance financial literacy and education in the current challenging environment.

Global Money Week (GMW) is organised by The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). The 2021 theme is "Take care of yourself, take care of your money". This theme highlights the importance of building financial resilience and staying healthy in the current context of the COVID-19 pandemic.

OECD is an intergovernmental economic organisation with 37 member countries. Founded in 1961 to stimulate economic progress and world trade.



Money Smart Week



SAIA



SAIA

Thank you!



INSTITUTO DE SUPERVISÃO DE SEGUROS
DE MOÇAMBIQUE

INCLUSIVE INSURANCE BUSINESS MODELS FOR AFRICA

**6^a Conferência Regional da
África Oriental e Austral
sobre o Seguro Inclusivo
I^a Edição Digital**

www.issm.gov.mz

Session 6: **Inclusive Insurance Market Development and Consumer Education**



Agnélio António Jossias
Maputo, 25 de Março de 2021

INTRODUÇÃO

- A presente apresentação, elaborada no âmbito da **6ª Conferência Regional da África Oriental e Austral sobre o Seguro Inclusivo, I Edição Digital**, tem o objectivo de descrever as iniciativas que o Instituto de Supervisão de Seguros de Moçambique, Instituto Público, tem realizado com vista à educação do consumidor e inclusão no mercado de seguros.
- A tomada de iniciativas visando a consciencialização e protecção dos consumidores de produtos de seguros, teve em conta **i) a complexidade dos conceitos e produtos de seguro; ii) o desconhecimento da importância de fazer um seguro; iii) a fraca adesão dos seguros por parte da população; e iv) a falta de esclarecimento sobre os princípios que norteiam o contrato de seguro e v) o desconhecimento da existência do regulador de seguros.**

INICIATIVAS

- O estabelecimento de mecanismos de apoio e educação do consumidor, teve igualmente em conta as iniciativas regionais e internacionais, como 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.
- **Por sua vez, neste âmbito, o ISSM,IP adoptou as seguintes iniciativas:**
 - ✓ Estratégia de Educação Financeira em Seguros (EFISE - 2014 a 2018)
 - ✓ Assinou um Memorando de Entendimento com a Associação de Defesa do Consumidor de Moçambique (2016)
 - ✓ Assinou um Memorando de Entendimento co a Financial Sector Deepening Mozambique (FSDMoç) em Novembrro de 2017;
 - ✓ Elaborou o Projecto Aposte no Seguro (2017-2021)
 - ✓ Assinou um Memorando de Entendimento com o Instituto Nacional de Desenvolvimento da Educação (INDE), em 2018;

PÚBLICO ALVO

- **Alunos e Estudantes**

Os **alunos do ensino primário, secundário e estudantes universitários** são o **público-alvo prioritário** das iniciativas específicas do ISSM,IP, esperando-se que se tornem difusores da informação no seio de suas famílias, amigos e comunidade, que se preparem para o futuro, e que resulte em aumento dos níveis de conhecimento sobre seguros.

- **Grupos Homogênicos**

Constituem os Grupos Homogênicos as classes profissionais, associações, grupos religiosos, entre outros, como por exemplo **jornalistas, polícia de trânsito, associação dos Mukheristas, etc.**, e público no geral, através de televisão e rádio.

INICIATIVAS

- **EFISE**
- ✓ **Atendimento ao Consumidor:** disponibilização da página web (www.issm.gov.mz) e linha verde.
- ✓ **Palestras:** De 2017 até princípios de 2019, apresentadas **palestras em mais de 56 escolas**, abrangendo cerca de 8.500 alunos. Realizadas **6 sessões de capacitação de jornalistas** em matéria de Seguros, com a participação de cerca de 300 profissionais. Realização de **4 Workshops com a Polícia de Trânsito** no âmbito da efectivação do Seguro Obrigatório de Responsabilidade Civil Automóvel.
- ✓ **Feiras, seminários e eventos educativos:** FACIM, Semana Internacional de Inclusão Financeira, Global Money Week, programas de rádio e de televisão, muitas vezes em parceria com o BM, BVM e FSDMoz.
- ✓ **Publicações:** Boletim Informativo, brochura sobre O Contrato de Seguro, Seguro Obrigatório de Responsabilidade Civil Automóvel, Perguntas Frequentes sobre Seguros e diversos folhetos, compilação da Legislação do Sector de Seguros.

INICIATIVAS

- **Memorando de Entendimento com a Associação de Defesa do Consumidor de Moçambique – DECOM**
- ✓ O ISSM,IP, assinou um Memorando de Entendimento com a DECOM com o objectivo de estabelecer intercâmbio de informações para a formação e orientação da sociedade sobre conceitos e produtos de seguro de modo a intensificar a protecção do Consumidor através da realização de seminários, Palestras, Workshops, Feiras, Debates e aconselhamento em matéria de seguros.

INICIATIVAS

- **MEMORANDO COM A FSDMOÇ (2017)**
 - ✓ **Objectivo:** procura de soluções para o fomento de serviços de micro-seguros, facilitação do acesso a serviços financeiros adequados à população de baixa renda, pequenos produtores, às Micro, Pequenas e Médias Empresas Moçambicanas e às mulheres empreendedoras; e promoção e implementação de iniciativas de educação e literacia financeira.

Especificamente o MdE definiu a realização de três ações, nomeadamente:

- ✓ o desenho do Roadmap para o desenvolvimento do micro-seguro em Moçambique;
- ✓ a capacitação dos provedores de seguros para o desenho de produtos de seguros adequados à população de baixa renda; e
- ✓ o estabelecimento de um fundo de inovação para operadores que decidam criar produtos de micro-seguros inovadores.

INICIATIVAS

- **Projecto Aposte no Seguro**

Representa a extensão da EFISE aprovada em Dezembro de 2017, oficialmente lançada no dia 07.11.19, educação sobre seguros de forma abrangente e extensiva.

- ✓ Produção de **13 programas educativos televisivos**, em parceria com a Televisão de Moçambique.
- ✓ Criadas **peças teatrais (áudio e vídeo) sobre seguros**, a serem difundidos nas comunidades através de apresentações e por meio da radiodifusão, bem como outros meios de comunicação social e digital.
- ✓ Produção de **três músicas sobre seguros**, dirigidas ao público adulto, jovem e infantil, cantadas por artistas moçambicanos em línguas faladas nas três regiões do País, nomeadamente, Changana, Sena e Mácuia, para além do Português.

Neste momento decorre a divulgação destes materiais na Rádio Moçambique, nas antenas Nacional e emissores provinciais.

INICIATIVAS

- **Memorando de Entendimento com o Instituto Nacional de Desenvolvimento da Educação (INDE - 2018)**
- ✓ O ISSM,IP assinou com o INDE um Memorando de Entendimento, cujo objecto é a integração de matérias sobre seguros nos *curricula* escolares do Ensino Primário e Secundário Geral, bem como na realização conjunta de outros programas de educação financeira como formação de professores.
- ✓ Espera-se que, com a capacidade técnica e pedagógica dos quadros do INDE, se adaptem, ao nível do aluno, conteúdos e mensagens sobre matéria de seguros, prevendo-se, igualmente, a produção de material didáctico no âmbito da implementação das iniciativas de educação do consumidor do ISSM.

OUTRA INICIATIVA

- **Estratégia da Comunicação Digital**

- ✓ No âmbito da pandemia e em alinhamento com as práticas internacionais actualmente em uso pelos Supervisores e Reguladores de Seguros, e recomendáveis a nível dos vários fóruns que o ISSM participa como a Conferência Internacional sobre Educação Financeira (Cape Town – 23 e 24 de Maio de 2019), o ISSM está a elaborar a sua Estratégia de Comunicação Digital com o objectivo de incrementar a difusão de informação e conhecimento sobre seguros através de vários canais digitais e implementação de campanhas específicas;
- ✓ Por outro lado, esta iniciativa permitirá, através das tecnologias, colectar dados, acompanhar, monitorar e avaliar o impacto/resultados das referidas campanhas.

MONITORIA E AVALIAÇÃO

- ✓ Até ao momento, a avaliação e monitoria das iniciativas levadas a cabo pelo ISSM,IP é feita recorrendo-se aos seguintes indicadores quantitativos:
 - i) número de acções realizadas,
 - ii) número de pessoas abrangidas,
 - iii) contactos e reclamações recebidas.

CONSIDERAÇÃO FINAL

- De acordo com o Finscope 2019 da FSDMoç, houve um aumento no número de adultos com produtos de seguros de 8% em 2014 para 17% em 2019. Positivamente, a adopção de produtos formais de seguro está ligeiramente acima a do seguro informal.
- Mesmo parecendo não estar claro os motivos do crescimento do número de adultos com produtos de seguro, o ISSM,IP acredita que as campanhas de sensibilização por si realizadas tenham, em parte, contribuído para o efeito, mesmo porque a recomendação deixada no mesmo documento é a de aumentar a consciencialização sobre os benefícios dos produtos de seguros, para além da oferta de baixos custos de produtos personalizados.

OBRIGADO

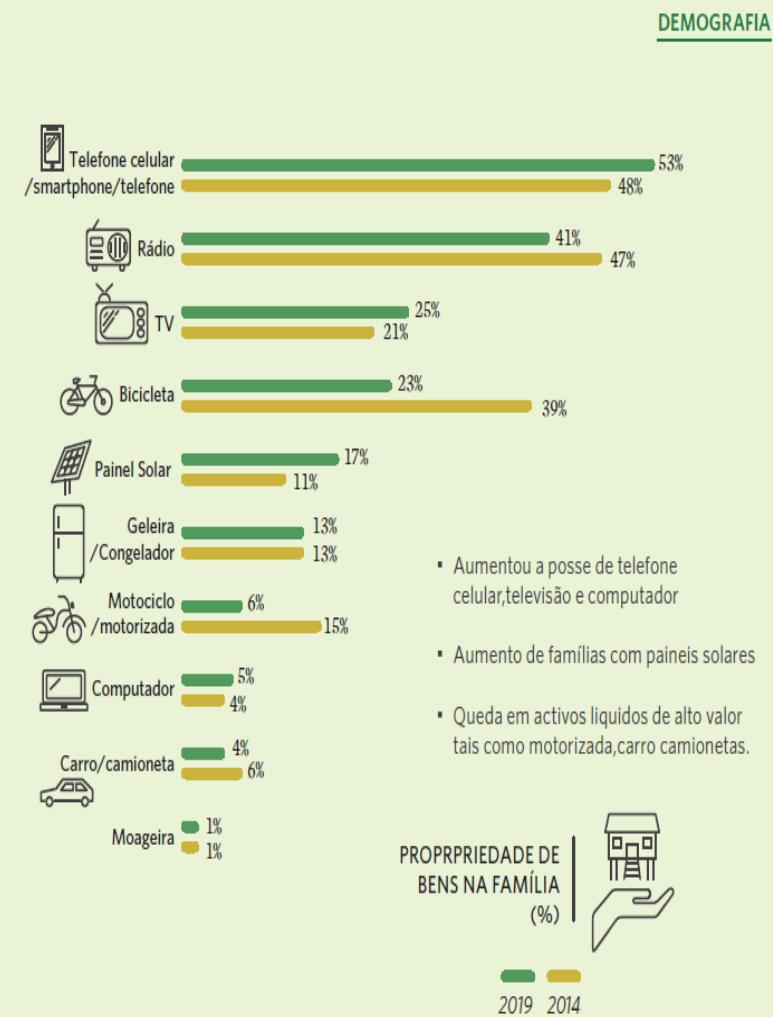
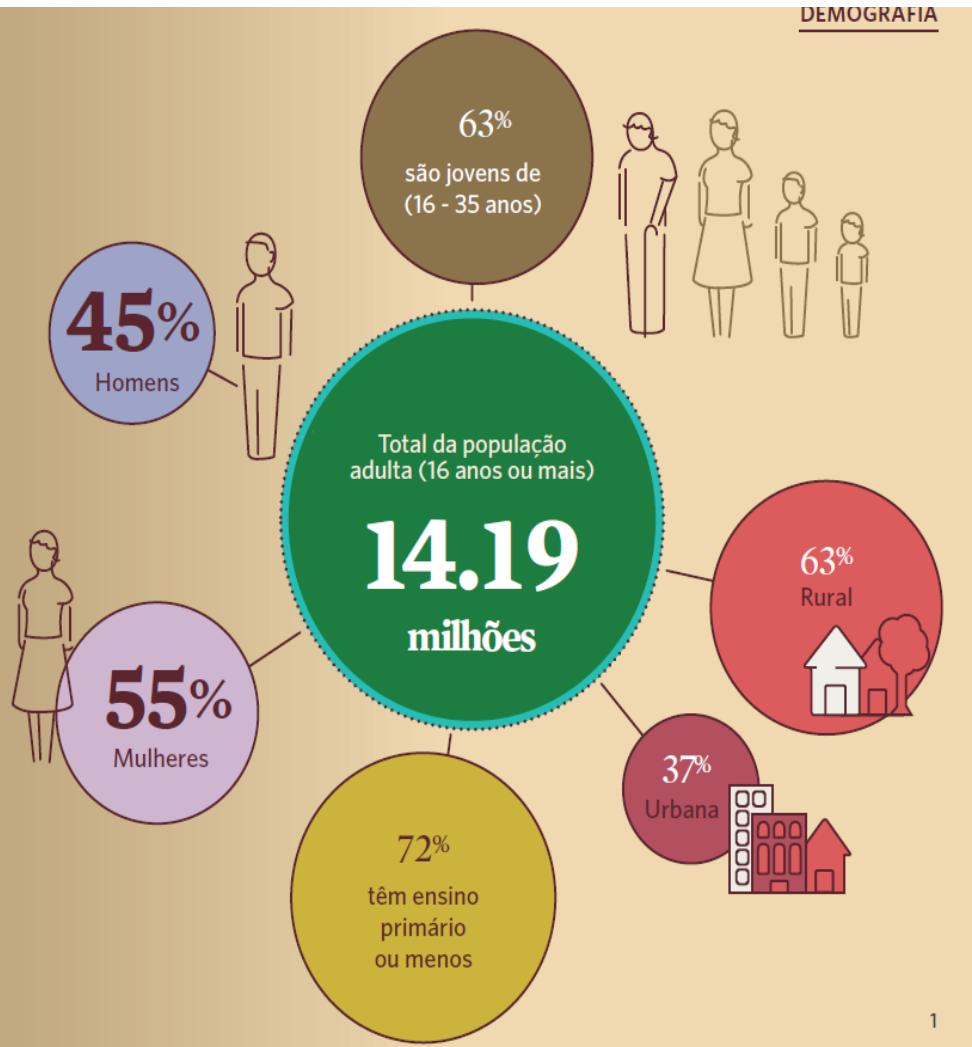
www.issm.gov.mz
info@issm.gov.mz



Session 6:
*Mercado de Seguros inclusivo e a
educação ao consumidor*



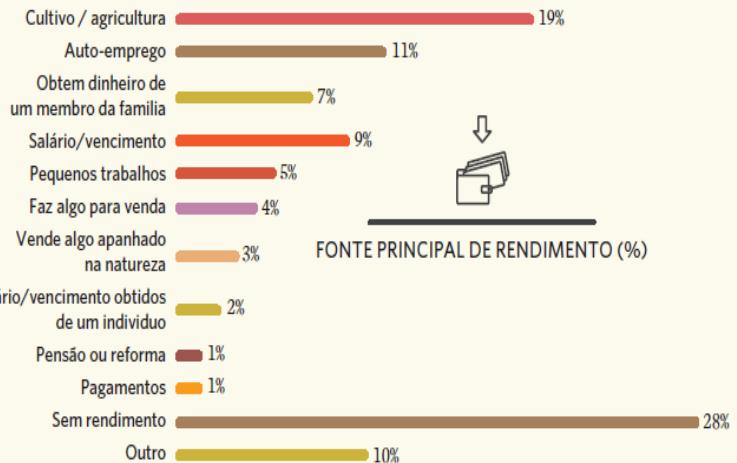
DEMOGRAFIA



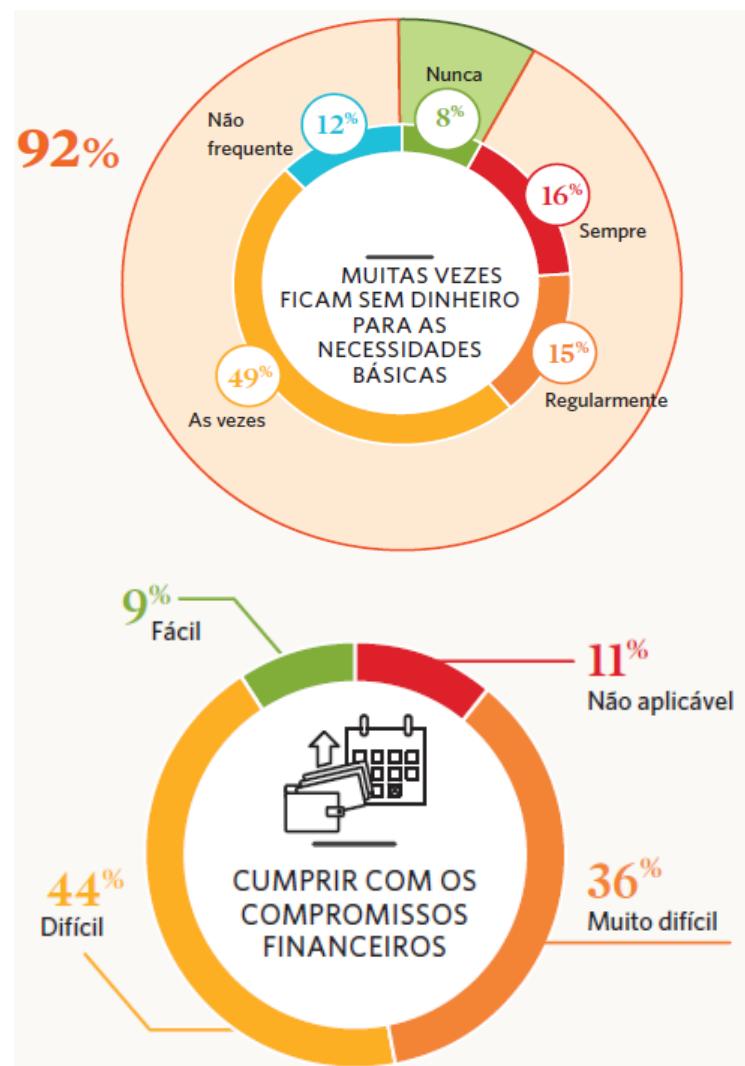
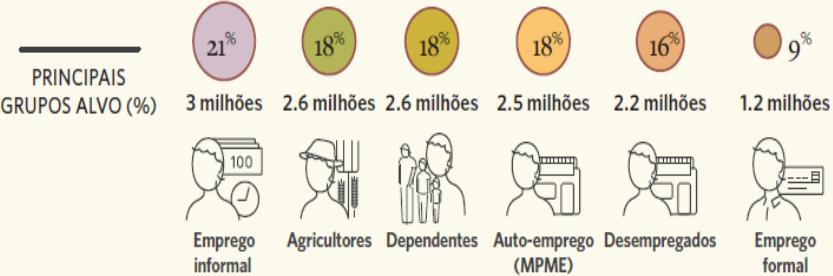
RENDIMENTO

VISÃO SOBRE A VIDA DA POPULAÇÃO

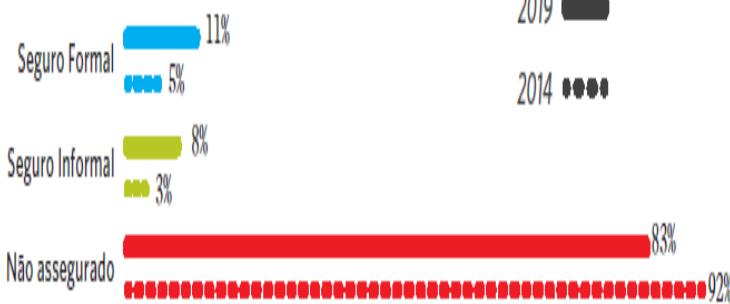
Rendimento / Meios de subsistência



- A maioria dos adultos está envolvida na agricultura e na gestão de negócios por conta própria
- 37% não estão envolvidos em actividades que gerem renda, mas grande parte depende de terceiros.



MERCADO DE SEGUROS



- 17% dos adultos estão segurados em 2019 contra 8% em 2014.
- 83% da população adulta não está segurada, apesar da proporção de adultos que sofreram casos / riscos imprevistos.

17%

DE ADULTOS TEM SEGURO

Daqueles assegurados, a adopção de produtos de seguros é impulsionada pelo (em comparação com 2014):

Seguro pessoal do funeral	29% (baixou 1%)
Seguro de funeral do Empregador	11% (baixou 4%)
Seguro de vida	19% (subiu 6%)
Assistencia medicamentosa completa do empregador	8% (estável)
Plano Hospitalar	8% (subiu 5%)
<i>A adopção de produtos informais é impulsionada pelo:</i>	
Acordo com Igreja	29% (subiu 21%)
Associação Informal de funerarias	10% (subiu 3%)

83%

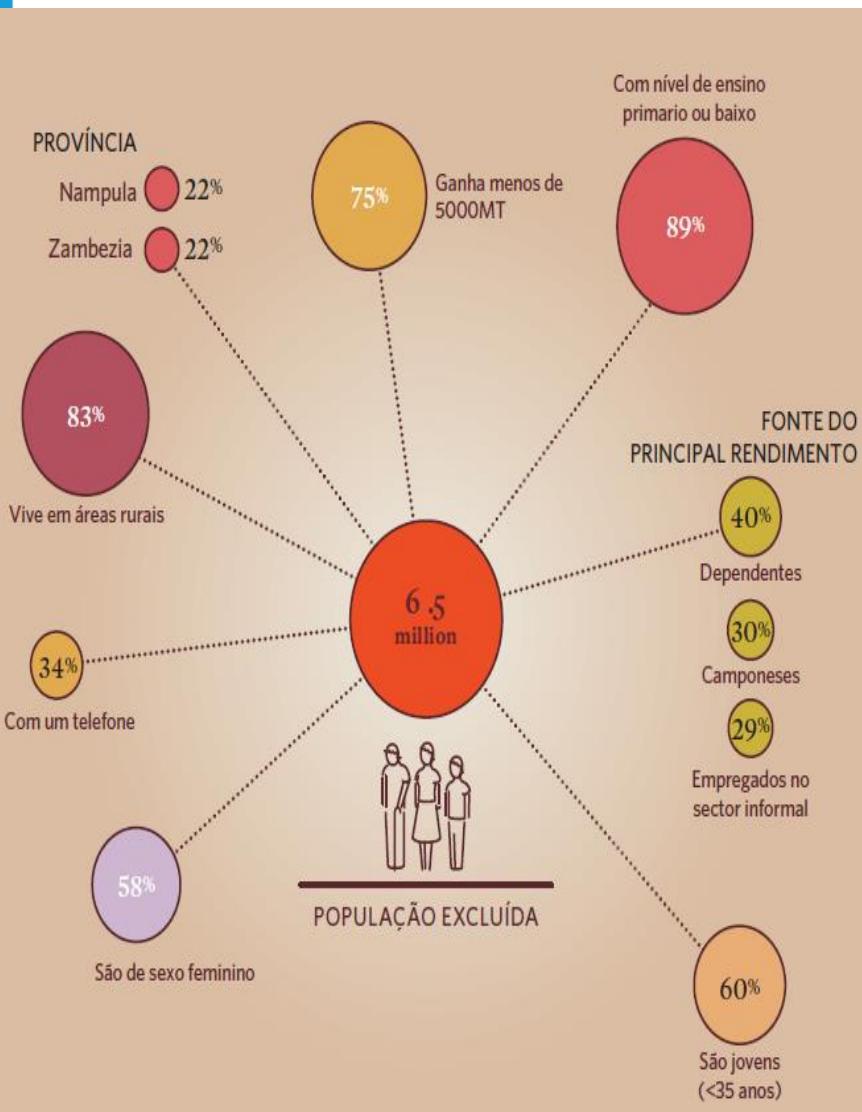
DE ADULTOS SEM NENHUM TIPO DE COBERTURA DE RISCO DE PRODUTOS FINANCEIROS

Principal barreira para a aceitação do seguro:

Afirmam que nunca pensaram sobre o caso	39% (subiu 10%)
Não pode pagar	29% (subiu 17%)
Não sabem como o seguro funciona	19% (baixou 7%)
Afirmam que nunca ouviram falar	10% (baixou 45%)
Não sabe como e onde obter	10% (subiu 4%)
Afirmam que não necessitam de seguro	9% (baixou 4%)
Nada possui para asegurar	7% (subiu 3%)

Das 21 Seguradoras autorizadas a exercer a actividade seguradora em Moçambique, apenas 7 tem licença para o exercício da actividade de micrseguros.

EXCLUÍDOS DO MERCADO FINANCEIRO



Mercados de Seguros Tradicional e Potencial

■ Acesso a serviços financeiros de alto nível
Clientes de seguros tradicionais

■ Público alvo do micro-crédito e
do micrseguro

■ Extremamente pobres –
sem condições de acesso
a micro-crédito e
micrseguro

'Linha da
Pobreza'



fonte: Microinsurance Centre

QUESTÕES PARA REFLEXÃO

1. Qual é a causa da exclusão da população dos serviços financeiros?
2. Será possível incluir e/ou incentivar a população excluída a aderir aos serviços financeiros (seguros)?
3. Quais são as barreiras e limitações que as seguradoras enfrentam?

MUITO OBRIGADO PELA
ATENÇÃO!

Inclusive Insurance Market Development and Consumer Education

**Mr Wilson Tei -
Chairman IACG**

Spearheading Consumer Education in Ghana



Implemented by:



IACG
INSURANCE AWARENESS COORDINATORS GROUP

Brief History of the Ghana Insurance Industry

The State Insurance Corporation was Incorporated In November 1962 after Government takeover of the first two private insurance companies namely Ghana Insurance Company and Ghana General .

To protect the new company the insurance law L.227(1989) was passed to provide for all Government insurance businesses be placed with the State insurance Corporation .Subsequently the law was replaced with the Insurance Act 724,2006.This Law took away the Monopoly as more indigenous and local companies were incorporated .

The Act 724,2006 also established the Regulator, the National Insurance Commission (NIC)to supervise the Insurance industry

The Sector in Perspective

Ghana has a population of about 30 million people with 80% of economic activities in the informal sector in the SME and small medium scale enterprise segment of Ghana.

The Insurance sector excluding the pensions market is about 2%. In 2015 the National Insurance Commission and the Ghana Insurers Association with Assistance from the GIZ researched the market to determine reasons for the Low market penetration for Insurance

The Research Outcome

- High Mistrust Levels
- Products don't cater to the Risk
- Lack of knowledge / Awareness
- Preferred companies servicing them at workstations
- Complex wordings of Insurance Products

About IACG

In April 2015, GIZ, NIC, GIA and other stakeholders in the insurance met to review the pilot insurance awareness programme. One recommendation that came out of the meeting was the formation of the Insurance Awareness Coordinators Group (IACG) to coordinate all insurance awareness and education initiatives within the insurance industry to achieve the maximum benefit.

Formation of the Group -IACG



NATIONAL
INSURANCE
COMMISSION



INSURANCE
BROKERS'
ASSOCIATION
OF GHANA



Implemented by
giz
Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



About IACG

IACG
INSURANCE AWARENESS COORDINATORS GROUP

The Insurance Awareness Coordinators Group (IACG) is a group made up of all relevant stakeholders in the insurance industry whose objective is to promote insurance awareness and education in Ghana. The membership of IACG is open to all recognised apex bodies, associations and think-tank.

Today IACG members include the Ghana Insurers Association (GIA), the National Association of Ghana Insurance Agents (NAGIA), the Insurance Brokers Association of Ghana (IBAG), the National Insurance Commission (NIC) among others. The group was formed in June 2015 as a result of the findings of a Micro-insurance Awareness Pilot campaign by the GIA, NIC & GIZ.

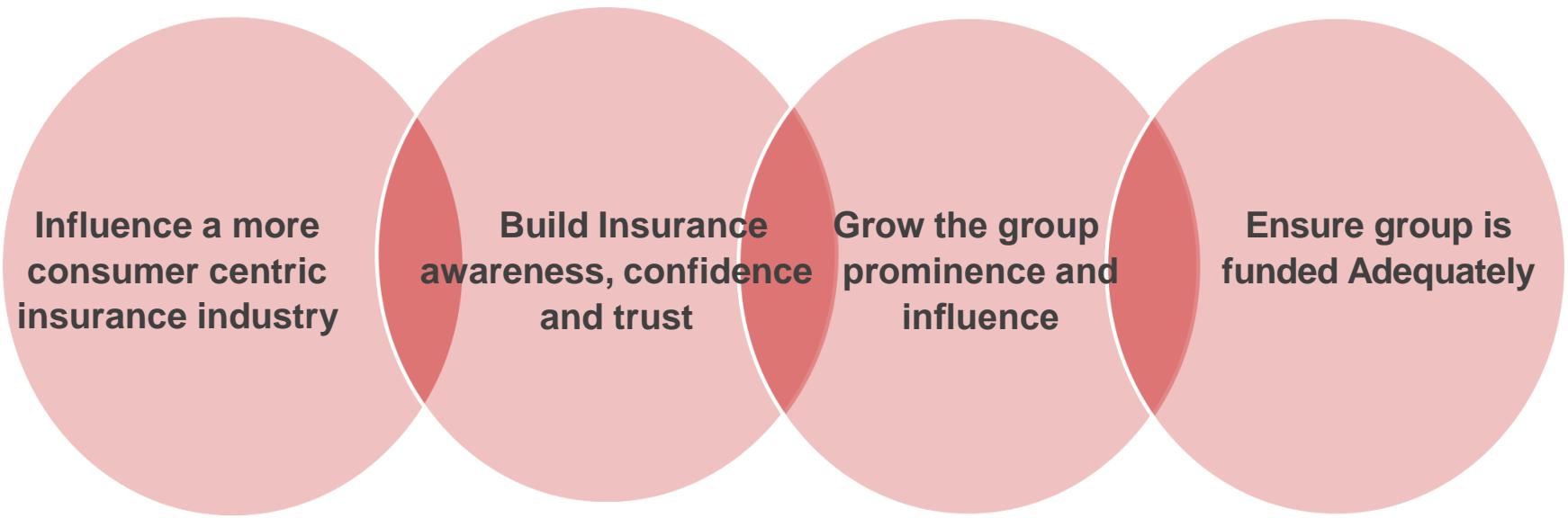
Mission

To coordinate all insurance awareness & education initiatives within the insurance industry to achieve the maximum benefit

Vision

To make Insurance the Ghanaian way
of life through education and awareness
creation".

The Focus Areas



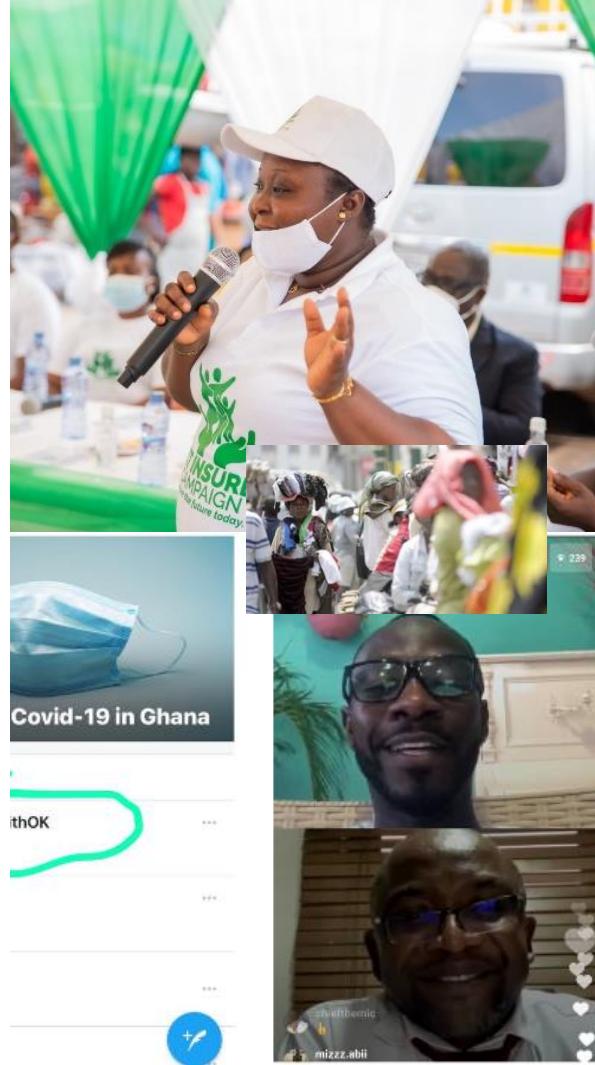


Spearheading Insurance Education –The Ghana Story



GHANA Literacy Programmes

2015 till Date the IACG has embarked on Major campaigns to drive awareness, improve trust and increase uptake of Insurance.



2015 -2018

Development of National Insurance awareness strategy plan

Open Street sensitization in Madina a suburb of Accra of over 100,000 people on importance of risk management in Insurance



2015 -2018

Insurance Public lectures and
Trade fairs at Major Public
Universities



IACG
INSURANCE ASSOCIATION CONSOLIDATION GROUP

giz

2015 -2018

Insurance Education in Churches

Capacity Building Training on
Efficient Sales and Marketing for
Insurance Agents in Ghana: Phase-I



2015 -2018

Radio Sensitization for Consumer Protection in Insurance: Phase-I



2015 -2018

Capacity Building In Marine Insurance

Development and Reproduction of Insurance Education Jingles in 34 Selected Ghanaian Languages.



Development & Reproduction
of Insurance Education
Jingles In Selected Ghanaian
Languages

Project Operational Plan

2015 -2018

Radio Sensitization for Consumer Protection in Insurance: Phase-2



2019 -Date

Capacity Building Training on Efficient Sales and Marketing for Insurance Agents in Ghana: Phase-2

Development of a New 5- year strategic Plan – (2021 -2025)

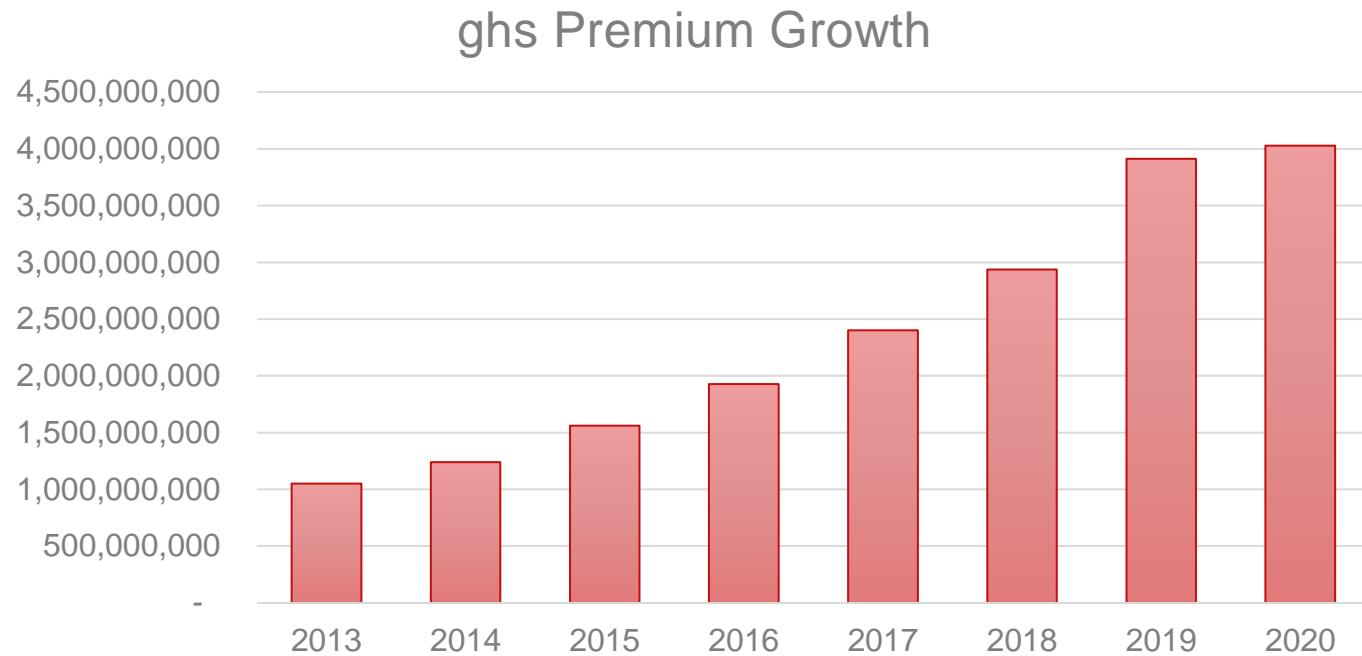


2019 -Date

Financial Road Show Education and Sensitization Campaign for Market Centres & Economic Players in the Informal Sector of Ghana.



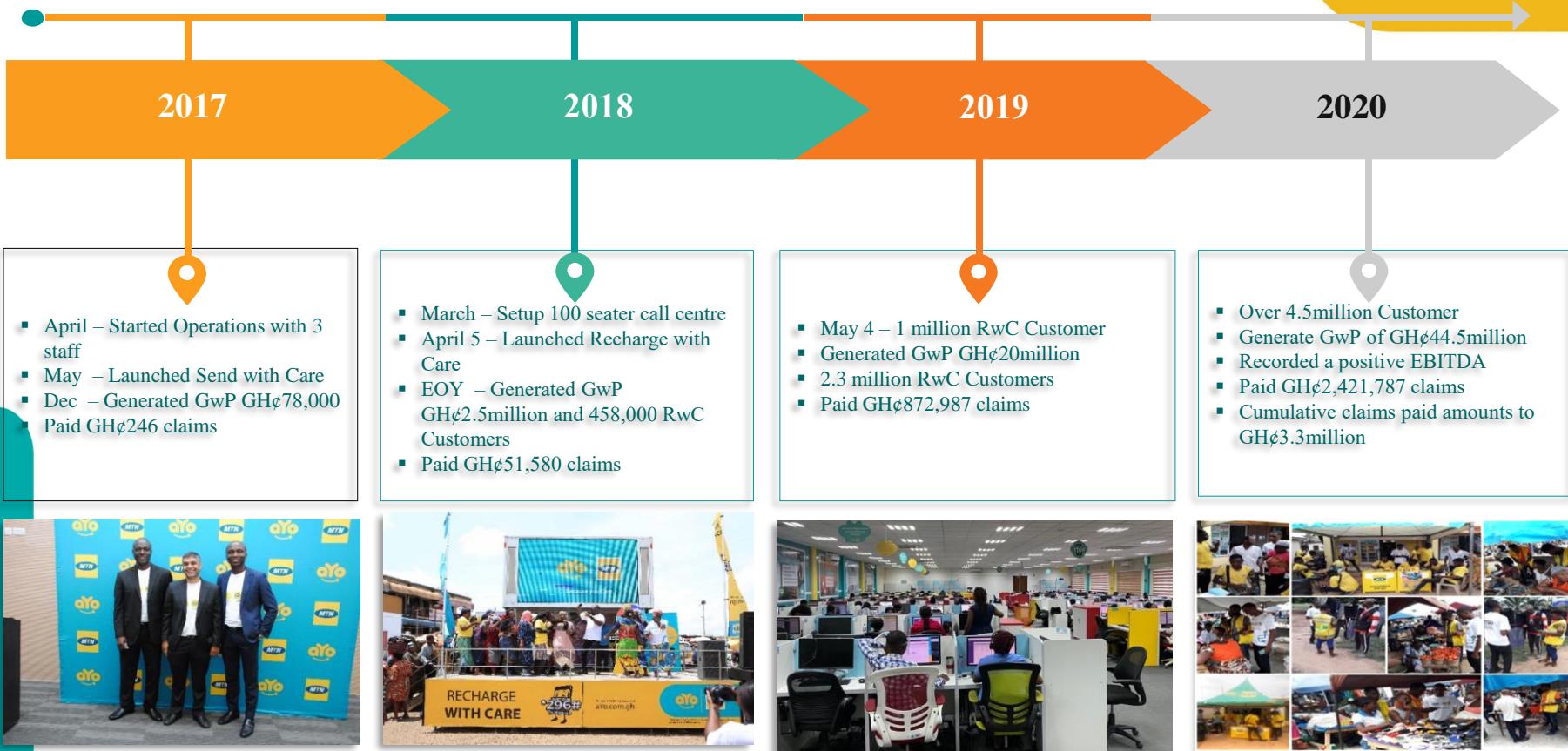
Premium Growth – 2013-2020



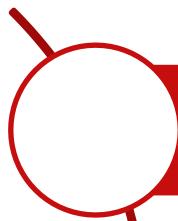
The aYo story – A demonstrative success story



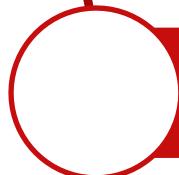
aYo Ghana – Incorporated on 14th December 2016



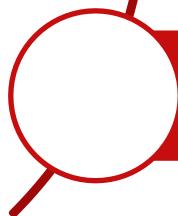
KEY TO KNOW



Engaging consistently the Ghanaian population on KEY Insurance Campaigns especially at the MSME sector has Really improved awareness and product uptake



Consumer Research to measure relative success of campaign and Ghanaian's product uptake growth impressive at the Micro levels



Funding of such activities is KEY



IACG

INSURANCE AWARENESS COORDINATORS GROUP

Thank You

**Mr Wilson Tei
Chairman -IACG
Email:wtwiltei@gmail.com
Mobile: +23324459968**

giz



**Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH**

Registered offices
Bonn and Eschborn

GIZ Office Accra
P.O.BOX KA 9698
7 Volta Street Airport Residential Area
Accra-Ghana
T +233 302 780 448
F +233 302 777 375

E info@giz.de
I www.giz.de





Implemented by
giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

IACG INSURANCE AWARENESS COORDINATORS GROUP



Q&A

(for all speakers)

Key takeaways

Financial inclusion requires *both* access to good products *and* education to empower consumers to choose well

Awareness campaigns improve this ability to choose well and can help to drive product uptake

Coordinated efforts – especially when outcomes are measured – can increase the scale and impact of education and awareness campaigns

THANK YOU



Microinsurance Network

39 Rue Glesener
1631 Luxembourg

+352 262978
info@microinsurancenetwork.org

www.microinsurancenetwork.org