

El Seguro en los riesgos y en la economía

Autor: Ernesché Rodríguez Asien

Profesor-Investigador

Universidad de la Habana

ernesche@rect.uh.cu

rodriguezasiem@yahoo.es

Frecuentemente ocurren siniestros tales como incendios, inundaciones, accidentes de tránsito, etc; que afectan de forma total o parcial a las personas tanto en su integridad física como su patrimonio. Nadie nunca y en ningún lugar deja de estar expuesto a diferentes riesgos. El riesgo cero, natural aspiración del ser humano es un imposible.

El seguro, constituye en sí un sistema de relaciones económicas-financieras que por su contenido y el lugar que ocupa en el proceso de reproducción constituye un importante elemento componente de las finanzas; garantizando la unidad del proceso de reproducción social en sus totalidad y en cada una de sus partes constituyendo de forma específica de distribución de las reservas sociales a partir de la renta nacional.

En el seguro es decisiva la asignación de recursos humanos, en tanto es complementario e inexistente el sustento de capital de riesgo. Esta actividad está íntimamente relacionada con el desarrollo de la economía del ámbito que se trate. De manera tal que el marco social-económico y político será, ineludiblemente, el condicionante del mismo. Sin embargo, dos situaciones objetivamente iguales pueden llegar a diferenciarse a través del factor subjetivo, siendo elementos de este último, entre otros la capacidad intelectual, la determinación, la motivación, la responsabilidad, la iniciativa, la creatividad, etc.

Mejorar la “**conciencia de la necesidad del seguro**” en un país tiene tanto que ver con mejorar la confianza pública sobre la seguridad de las compañías aseguradas.

En materia de seguros por ejemplo, tenemos que el primaje mundial está compuesto por aproximadamente un 35% proveniente de EE.UU, un 34% de Europa, un 26% de Asia y el 5% restante repartido entre Oceanía, África y América Latina. Ese último no alcanza en su conjunto al 1,5% de la producción mundial de prima. Por esta razón vemos la importancia de esta temática en cuanto a la necesidad de aumentar en calidad y cantidad el número de asegurados y su vinculación con la información clara y precisa que tiene el cliente con la actividad aseguradora.

El objetivo de este estudio es describir de forma sencilla la importancia del seguro a nivel mundial y su relación directa con los riesgos. También como objetivo en este trabajo está describir algunas características de los riesgos en el mundo, así como algunos sucesos y las actitudes de las personas frente a ellos.

Veamos primero que se entiende por riesgo:

Riesgo:

El riesgo, no es sino una probabilidad, es la posibilidad de que por azar ocurra un hecho que produzca una necesidad patrimonial. Las personas se encuentran permanentemente en una situación de riesgo, entendida como aquella en la que sin estar forzosamente abocadas al infortunio, están expuestas a él.

En ocasiones puede confundirse el riesgo con el siniestro cuando en realidad este último no es más que la realización del riesgo.

Los riesgos se pueden considerar:

- **Incierto o posible:**

Para hablar de riesgo en seguro tiene que existir la posibilidad de que ocurra un hecho dañoso o se produzca una necesidad patrimonial.

La incertidumbre, elemento esencial en el seguro, puede tener diversos grados cualesquiera de los cuales debe darse para la asegurabilidad de un riesgo: son ellos el **sí, el cuando y el como**.

Ejemplos:

Para asegurar un auto contra el riesgo de choques es necesario conocer sí en algún momento este circulará (si esta en exposición y sólo sale de la agencia después de haber sido vendido, el vendedor no corre el riesgo de tener que soportar sobre su patrimonio una afectación derivada de un choque). El asegurador, por su parte no asegurará el auto propiedad del vendedor contra el riesgo de choque porque éste sería imposible.

En el seguro de vida la muerte es un riesgo porque además de ser posible su ocurrencia sobre ella hay una relativa incertidumbre al ignorarse **cuando** ocurrirá.

En el seguro agropecuario es importante conocer siempre **cómo** se ha perdido una cosecha para que la aseguradora está obligada a pagar una indemnización. En el contrato están perfectamente definidos los riesgos que asume la aseguradora, relacionados con la ocurrencia de fenómenos naturales. Por tanto, si hay una pérdida debida fundamentalmente a falta de atención del asegurado, dejan de estar presentes las condiciones de incertidumbres inherentes al riesgo ya que pasa a ser posible y cierta la probabilidad de pérdida de la cosecha de que se trate.

- **Fortuito:**

Se considera fortuito todo lo que es independiente de la voluntad de la persona amenazada por el hecho previsto como posible.

Este elemento es de vital importancia para la aseguradora. Por ejemplo si bien es conocido que la región occidental de la Isla es susceptible de ser afectada por los ciclones tropicales, lo que se desconoce es a que productores de tabaco afectará y en que medida.

La observación realizada por la empresa aseguradora para determinar con relación a cierto plazo de tiempo y determinado objeto de seguro, la frecuencia con que éste resultará afectado por un riesgo determinado (probabilidad estadística) es lo que le permitirá determinar la prima que cobrará por la cobertura de un riesgo fortuito. Además cuando los hechos fortuitos se observan en gran número demuestran una repetición regular y son objeto de la Ley de los grandes números, instrumentos de que también se valen las aseguradoras para determinar sus primas.

- **Concreto:**

Una aseguradora tiene que analizar el riesgo que va a asumir desde dos puntos de vistas cuantitativo y cualitativo. Debe conocer la naturaleza, situación y características del riesgo aceptar o sea efectuar un análisis de riesgo previo.

Por ejemplo, la fuerza que deberán tener los vientos que afectara el plátano para que se considere asegurable ese riesgo en relación con esa producción y en correspondencia poder determinar la prima a cobrar.

- **Lícito:**

Para que un contrato pueda proteger contra un riesgo este tiene que ser lícito, no puede ir contra las reglas morales, políticas o jurídicas del país de que se trate, ni en perjuicio de terceros. Este principio es válido en todos los países y su incumplimiento convertiría de inmediato el contrato en nulo.

- **Con contenido económico:**

La ocurrencia de un siniestro tiene que producir una necesidad económica que se satisfaga con la correspondiente indemnización. A esto le llamamos también interés asegurable.

El riesgo implica la amenaza de que en caso de ocurrir el hecho este provoque una necesidad pecuniaria.

“Hit Parade” de los Peligros

Los expertos han clasificado los riesgos que mas asusta a la gente y los que realmente tienen más posibilidad de ocurrir y se deben temer.

Dos divisiones de los riesgos del mundo:

Los más temidos:

1. Energía nuclear
2. Destrucción de la capa de Ozono
3. Acción del sol sobre la piel
4. Ingeniería genética
5. Guerras
6. Conducción de Automóviles
7. Agresiones
8. SIDA
9. Terrorismo
10. Accidentes caseros
11. Bebidas alcohólicas
12. Aditivos alimentarios
13. Hornos microondas

Los que hay que temer:

1. Tabaquismo
2. Ausencia de ejercicio físico
3. Bebidas alcohólicas
4. Ingestión de grasas
5. Ingestión excesivas de alimentos
6. Contaminación Ambiental
7. Conducción de automóviles
8. Tabaquismo pasivo
9. Energía nuclear y eléctrica
10. Contaminación de agua potable
11. Residuos tóxicos
12. Contaminación por amianto
13. Ingestión de medicamentos

En la mayoría de los casos los medios de comunicación son los responsables de que se sobrestimen unos peligros frente a otros como es el caso del tan habitual miedo a los accidentes aéreos, ya que no hay medio de transporte más seguro que el avión. Y es que mientras morir en masa es susceptible se salir en primera página, el letal goteo que causa la carretera no merece espacio en los medios de comunicación y es por eso que la muerte en carretera tiene menos impacto.

Esto ocurre también en los accidentes domésticos, como un incendio, o un escape de gas que cobran muchas víctimas al año. El temor del público se multiplica proporcionalmente debido a la espectacularidad. Existe un concepto de los llamados accidentes “con señal alta” o “memorables” que la gente recuerda más que otros posiblemente más graves.

Se ha demostrado que las personas toleran aproximadamente tres veces más los riesgos que se procuran voluntariamente que aquellos que se escapan a su control. Por eso el fatídico tabaco apenas suele ser tomado en cuenta como amenaza a nuestra seguridad, mientras que la energía nuclear es la bestia negra de nuestros tiempos. Sin embargo según algunas estimaciones vivir al lado de una central entraña el mismo riesgo que conducir un coche durante 5 kilómetros.

La respuesta hay que buscarla en la percepción que tienen las personas de los peligros que ciernen sobre sus vidas, algo que está muy relacionado con la influencia de los medios de comunicación.

La Ciencia de los Riesgólogos

Me toca, no me toca....

Matemáticos, estadísticos, peritos de compañías aseguradoras, meteorólogos, expertos en bolsas, todos comparten la misma ocupación: analizar el pasado y contra eventos para que las sorpresas del futuro no nos tomen desprevenidos.

En enero de 1995, el huracán Andrew azotó las costas de Florida. Entre las víctimas de la catástrofe hubo que lamentar la desaparición de nueve compañías de seguros, arruinadas por la suma de dinero que tuvieron que pagar a sus clientes. El dato es inquietante e indica que a pesar del avance en meteorología de la escrupulosa precaución de las empresas aseguradoras y del amplio historial de los huracanes y fenómenos similares (tornados, lluvias, torrenciales, ondas frías, etc.) en el sur de los E.U no pudo preverse el desastre.

Para adelantarnos a los peligros del futuro sólo contamos con la experiencia del pasado pero no siempre los acontecimientos se desarrollan de acuerdo con su trayectoria anterior.

Pese a todo no debemos caer en el fatalismo de pensar que todo en la vida es azar e incertidumbre. Cuantos más datos poseamos sobre el desarrollo de un acontecimiento, más exacto será el cálculo de probabilidades con la que el hombre intenta expresar en números los riesgos y fortunas que lo acechan.

En los E.U la preocupación por los peligros medio ambientales y sanitarios ha convertido la cuantificación de riesgos en una ciencia en la que se invierten cientos de millones de dólares. Se nutre de varios saberes: biología, química, física, medicina, geología, epidemiología y estadística.

Los riesgólogos actúan así: localizar una posible amenaza, como por ejemplo una sustancia tóxica emitida por una empresa química, consiguen el mayor número de datos y estiman las probabilidades de perjuicio en la población. Su dictamen puede hacer que el Estado limite o prohíba su actividad a la empresa cuestionada.

Los principales críticas que reciben los riesgólogos es la exageración de sus estimaciones y la alarma que provocan.

Al margen de los grandes eventos las Compañías de Seguros suelen ser también sabias calculadoras de riesgos. Existen para ello las llamadas ciencias actuariales que se ocupan de expresar en datos la posibilidad de que ocurra casi cualquier percance. Las compañías aceptan cubrir los riesgos eventuales y que tengan una base empírica. Los actuarios disponen de todos los datos necesarios.

La naturaleza desatada es capaz de desbaratar cualquier cálculo. José Luis Urquijo, autor del libro: "Riesgo y decisiones" cree que hay una forma de hacer frente a tamaña imprevisión: *"Lo mejor es diversificar las inversiones, un método curiosamente más utilizado por el pequeño inversor que, por ejemplo por las grandes bancos los cuales se dan grandes batacazos al apostar a pocos negocios."*

¿Contaminación ambiental o accidentes mortales?

Una de las soluciones obvias para atenuar la contaminación ambiental es la de fabricar coches más ligeros que precisen menos combustible. Pero de acuerdo con algunos estudios, el ocupante de un coche pequeño tiene 17 veces menos probabilidades de sobrevivir a una colisión frontal. **A veces la eliminación de unos peligros acentúa a otros.**

Nadie-nunca- y en ningún lugar deja de poner en juego su vida y su patrimonio. Las urbes, en cualquier lado que se hallen representan un constante riesgo debido a su compleja estructura social, política y económica pero no debemos arredrarnos: La vida es un riesgo que vale la pena afrontar.

Accidentes más frecuentes por edades:

De 1 a 5 años: asfixia, incendio y quemaduras

De 15 a 25: accidente automovilístico

De 30 a 40: intoxicación

De 80 a 90: caídas.

Conductas frente al riesgo

Tanto las personas naturales como las jurídicas pueden adoptar diferentes conductas frente al riesgo:

1- Indiferencia:

No se toma ninguna previsión y aun sin determinación específica. Se soporta con el patrimonio propio las consecuencias dañosas que la ocurrencia del riesgo puedan causar.

2- Prevención:

Se adoptan una serie de medidas materiales destinadas a obstaculizar la ocurrencia de un siniestro y a conseguir que si ocurre las consecuencias del daño sean mínimas. Como ejemplo tenemos el cinturón de seguridad en los automóviles: la instalación de extintores en aquellos lugares en los que pueda tener lugar un incendio, la existencia de alarmas, los medios de seguridad en general.

3- Previsión:

Es la preocupación para prevenir que se produzca un evento dañoso y que se caracteriza fundamentalmente por la formación de un fondo económico que permita hacer frente a las consecuencias de un siniestro.

El riesgo puede asumirse o transferírsele a un tercero. Si se asume estamos hablando de **ahorro** o **autoseguro**.

Mediante el **ahorro** se logra formar capitales futuros que permitan en caso de necesidad recurrir a ellos y disminuir los efectos de un siniestro.

El **autoseguro** permite que las personas naturales o jurídicas enfrenten con su propio patrimonio las consecuencias económicas de sus propios riesgos. Por supuesto, esta forma de provisión afecta a los fondos constituidos según determinados principios técnicos financieros.

Este sistema es utilizado fundamentalmente por grandes empresas con disponibilidades financieras que les permiten ir constituyendo un fondo económico para el caso de tener que utilizarlo para paliar las consecuencias de un siniestro.

Si bien esta forma de previsión puede resolver determinadas necesidades económicas, tiene en su contra el hecho de que no hay dispersión de riesgo ni comunidad de intereses, lo que hacen que tengan que ahorrarse fuertes sumas para que realmente se logre la total satisfacción de las necesidades económicas en caso de siniestros.

El seguro es la fórmula más perfecta por ser técnicamente eficaz para cubrir riesgos ya que estos se transfieren a un tercero denominado asegurador que dispone de una organización y técnica que le permite garantizar la más adecuada compensación de aquellos.

Indudablemente los seguros constituyen un instrumento muy importante para repartir los riesgos. ¿ Por qué no asegurarnos entonces contra todos los riesgos

de la vida? Se dice que Lloyd's, la gran compañía londinense, se jactaba de poder cubrir todo riesgo excepto lo de la **virginidad y las creencias religiosas**.

La última condición es que el seguro no este contaminado de riesgo moral. Se trata de la situación en que la persona asegurada puede influir en la probabilidad de que se produzca el hecho asegurado. En realidad existen riesgos morales en casi todos los seguros: es probable que la persona que tenga asegurado a todo riesgo su automóvil conduzca con menos cuidado que si no lo tuviera asegurado totalmente. Sin embargo en algunos casos el riesgo moral es tan grande que no es posible asegurar un acontecimiento. El ejemplo clásico es el del Lloyd's de Londres que se negó a vender a un padre siciliano un seguro contra el honor de su hija. ¿Que principio podría explicar esta conducta?

El Seguro es una **actividad económica- financiera** dedicada a prestar servicios en caso de que ocurra un siniestro que sufra el asegurado, que elimina en quien recibe la prestación del servicio la necesidad de atender o desarrollar una actividad particular en la búsqueda de un fin.

La actividad aseguradora tiene un marcado acento financiero y económico no solo porque se basa en cobros de primas y pagos de indemnización sino también y principalmente porque desempeña la importante tarea financiera y social de lograr una redistribución de los capitales aportados por un elevado número de unidades patrimoniales entre las que resultan afectadas por las pérdidas (siniestros) que se produzcan en cualquiera de ellos.

El seguro resulta económicamente ventajoso mientras que la meteorología describe riesgos, el seguro ayuda a mejorarlo y a repartirlos.

La función de la compañía de seguros es repartir los riesgos, abundando muchos riesgos diferentes (millones de viviendas o vidas o automóviles miles de fábricas u hoteles). Obsérvese que lo que es imprescindible y esta sujeto al azar en el caso del individuo es muy predecible y uniforme en el caso de las masas. Un ejemplo de estos es que un hombre de 50 años de edad y en buen estado de salud viva 30 años más es cuestión de suerte. Pero la famosa ley de los grandes números garantiza que 100 mil mujeres de 50 años y con buena salud sólo seguirán vivas un determinado número de ellas al final de ese período de tiempo.

La compañía de seguro de vida puede fijar fácilmente una prima con la que nunca pederá dinero. Por lo tanto el proceso de seguro permite reducir los grandes riesgos individuales repartiéndolos entre una población mucho mayor.

Uno de los aspectos a tener en cuenta en el seguro es su **objeto social**, entendida esta palabra como objetivo, razón de ser finalidad intención siendo ésta la compensación del perjuicio económico experimentado por un patrimonio

a consecuencia de un siniestro. Por lo general, existe una marcada tendencia a confundir el objeto del seguro en general con el objeto (cosa) sobre el que recae cada contrato en sí.

Funciones del Seguro

Factor de seguridad: Un servicio común a todas las modalidades de seguro, es que garantiza la protección contra posibles siniestros importantes a cambio de pagos pequeños, pero fijos. O sea permite transformar el riesgo de tener una pérdida de patrimonio incalculable en caso de producirse un siniestro, por un gasto período planificable.

Aumenta la eficacia y el desarrollo: El resultado natural de la eliminación del riesgo y la incertidumbre, redundando en beneficio de la eficacia de los negocios y del desarrollo de los mismos.

Distribuye equitativamente las pérdidas: Una de las funciones principales del seguro es la distribución equitativa entre una mayoría de las pérdidas económicas sufridas por una minoría. O sea las pérdidas de los pocos desafortunados sean compartidas entre los muchos más numerosos dueños de pólizas que no han sufrido una pérdida. **La función del asegurador es equivalente a la de un administrador de los fondos de los asegurados.**

Sirve de base al crédito: La concesión de créditos es un importantísimo aspecto del negocio moderno y se consigue en parte en forma implícita, por medio de todas las formas de seguro. En el caso, por ejemplo de una hipoteca, no había acreedor hipotecario dispuesto a prestar dinero si no ha comprado que el valor de la propiedad está debidamente asegurada contra incendios.

Facilita el ahorro: Facilita el ahorro y frente a cualquier otro sistema es el único que garantiza la formación de un capital.

La comunidad se beneficia del seguro: Los aseguradores reciben sumas de dinero del que son depositados para hacer frente a los siniestros y los invierten en el mercado de capitales.

El mercado asegurador es una de las principales fuentes de inversión de capital para el comercio y la industria, con lo que indirectamente se beneficia la comunidad.

El seguro función de desarrollo económico: El desarrollo del nivel de vida y de las actividades económicas crea la necesidad de su aseguramiento. Hasta tal extremo el seguro es una de las expresiones más ponderadas de la evolución macroeconómica que la recaudación de primas se utiliza comúnmente en diversos países como un indicador económico de valor general.

La información, la imagen y la conciencia del público.

El seguro crecerá en paralelo con el desarrollo de los países, pero para ello habrá de superar una serie de barreras de tipo sociológico, entre las que destacan su imagen compleja y el desconocimiento que conlleva la falta de una cultura aseguradora.

La imagen del seguro esta formada primordialmente, por las ideas, sentimientos y conceptos que esta evoca en el espíritu del público. Las profesiones tienen necesidad de la simpatía y de la confianza del público y especialmente de su clientela, en la profesión de asegurador, más que en otras, esa confianza es indispensable. Sin ella, el asegurado no firmaría el contrato. Necesita también esa confianza para, después de la firma sentirse satisfecho de haberlo hecho y como consecuencia hablar bien de los aseguradores.

El público tiene un conocimiento muy deficiente de las entidades aseguradoras y de su actividad. Lo ignora casi todo en cuanto a su organización y funcionamiento. Se forma ideas a menudo contradictorias partiendo de consideraciones o impresiones personales o parciales a veces mal difundidas. Aunque falsas e inexactas estas ideas tienen su importancia ya que son las que confieren una imagen a las empresas de seguros ya los aseguradores y esta imagen condiciona las relaciones que los particulares tienen con las compañías.

El aparato jurídico sobre el que se asientan las compañías de seguros asusta al público. Cuando acude a ellas buscando seguridad y libertad de espíritu, el lenguaje en el que hablan, las explicaciones que le dan, los documentos que le entregan generalmente no revelan que los problemas son mucho más complejos de lo que él se imaginaba.

Una buena política de formación e información es vital para las compañías de seguros, dado éstas no tiene una mercancía tangible que vender. Su éxito depende de la calidad del servicio que ofrece el cual a su vez depende grandemente el factor humano. El programa debe construirse alrededor de las relaciones humanas y el punto de partida debe ser el grupo que representa a la entidad en esta relación; es decir sus agentes y su personal.

Ponemos en primer lugar a los agentes, por cuanto que durante muchos años han sido el único instrumento de relación con el asegurado con que ha contado el seguro; por otra parte su distanciamiento de las oficinas centrales hace más necesaria las acciones de motivación para alentarles en su duro cometido.

Para concientizar al público de la utilidad y las ventajas del seguro tenemos primeramente que darlo a conocer mediante una adecuada información aclarando de forma sencilla las características de su actividad y después responder con seriedad y brevedad a las necesidades del cliente, logrando de esta forma una buena imagen a la entidad ya que el público frecuentemente tiene conciencia de la necesidad del seguro, pero puede tener una imagen negativa de los aseguradores.

Con un programa de formación e información internas se alcanzarán los siguientes objetivos:

- Promover la lealtad hacia la Entidad, mostrando a los agentes-empleados que son parte de una gran empresa, que cuenta con una importancia en el campo del Seguro, dándoles un sentido de pertenencia de asociación con la empresa de la que pueden estar orgullosos.
- Mejorar la cooperación de empleados y agentes con la dirección.
- Dar a los empleados y agentes un sentido de trabajo en equipo. Explicar a unos cosas de los demás, contribuye a constituir el espíritu colectivo de una “ gran familia”
- Informar a los empleados y agentes de las normas, modalidades de seguros, métodos comerciales, nuevas políticas y planes de la Entidad.
- Incrementar el prestigio de la entidad entre su organización.
- Inspirar iniciativas individuales y deseos de progreso
- Combatir, cuando sea necesario la publicidad adversa o los rumores dañinos.

Al Público Externo

El público debe ser adecuadamente informado de los aspectos, objetivos y subjetivos del Seguro. Debe conocer igualmente la utilidad social del seguro, basada en la solidaridad y saberse protagonista principal del seguro.

Los principales objetivos ha alcanzar son:

- Mejorar la imagen pública del sector.
- Formar al público en el trato con las entidades de seguros y desterrar los tabúes clásicos.

- Tratar de introducir el Seguro, en todos los planes de estudio de los distintos niveles y ayudar a los educadores para que tengan los necesarios conocimientos.
- Reclutar gente calificada para trabajar los planes de estudios a los distintos niveles y ayudar a los educadores para que tengan los necesarios conocimientos.
- Fomentar las relaciones entre aseguradores, para que de un mayor conocimiento y comprensión surja una mayor colaboración e integración entre entidades.
- Establecer canales de comunicación continua entre empresarios empleados y agentes para que de un mejor conocimiento surja una mayor colaboración.
- Fomentar las relaciones y contactos con los mercados internacionales.

La **publicidad** es un medio cuya acción fundamental consiste en preparar o desarrollar las ventas informando a los clientes potenciales de un producto o de un servicio, detallando sus características y sobre todo las ventajas que su adquisición y utilización pueden proporcionar al cliente.

Pero la publicidad también puede informar sobre una empresa o sobre un sector como ocurre en el caso del seguro. El carácter eminentemente informativo de la publicidad resulta evidente en el caso de un producto nuevo. Sin embargo con frecuencia se olvida que este carácter mantiene toda su validez aún para los productos que hace tiempo se hallan en el mercado.

La publicidad no se improvisa; así como ninguna empresa que se respete nunca improvisaría la línea de sus propios productos o el sistema propios de distribución. Al contrario también la publicidad requiere de una programación previa en la que se tenga en cuenta la más amplia programación comercial de la empresa.

Consideraciones Finales

- El seguro es la alternativa idónea al riesgo económico.
- Al factor de seguridad intrínseco en el seguro hay que añadir otros que le harán imprescindible en la sociedad moderna. Entre ellos destaca el que es clave para el desarrollo económico de las empresas y las naciones.
- Independientemente de las barreras económicas, la industria aseguradora tropieza en su desarrollo con otras derivadas de la imagen sectorial y del desconocimiento que el público y el propio personal de las entidades tienen del seguro.
- Para vencer estas barreras deben establecerse unos objetivos y estrategias para concienciar primero al público interno de las empresas y posteriormente al externo, basadas en la formación e información. Para alcanzar estos objetivos debe elaborarse un programa de actuación en el que se utilicen:
 - 1- Acciones de carácter interno, tanto formativas como informativas.
 - 2- Introducir paulatinamente el seguro en la enseñanza de los jóvenes.
 - 3- Hacer un importante esfuerzo publicitario
- **La mejor publicidad para los seguros sigue siendo el pago puntual y justo de las reclamaciones.**

Bibliografía Consultada

- El seguro como categoría económica del Socialismo. Colectivo de autores
- Revista Mexicana "Muy Interesante"
- Módulos número 1 y 2 del sistema de capacitación a distancia de la Escuela Cubana de Seguros.
- Conferencia: Desarrollar el seguro para asegurar el desarrollo. Manuel Maestro, presidente del INESE
- Sitios en Internet:
 - www.ahorre.com/seguros,
 - www.arpem.com/seguros