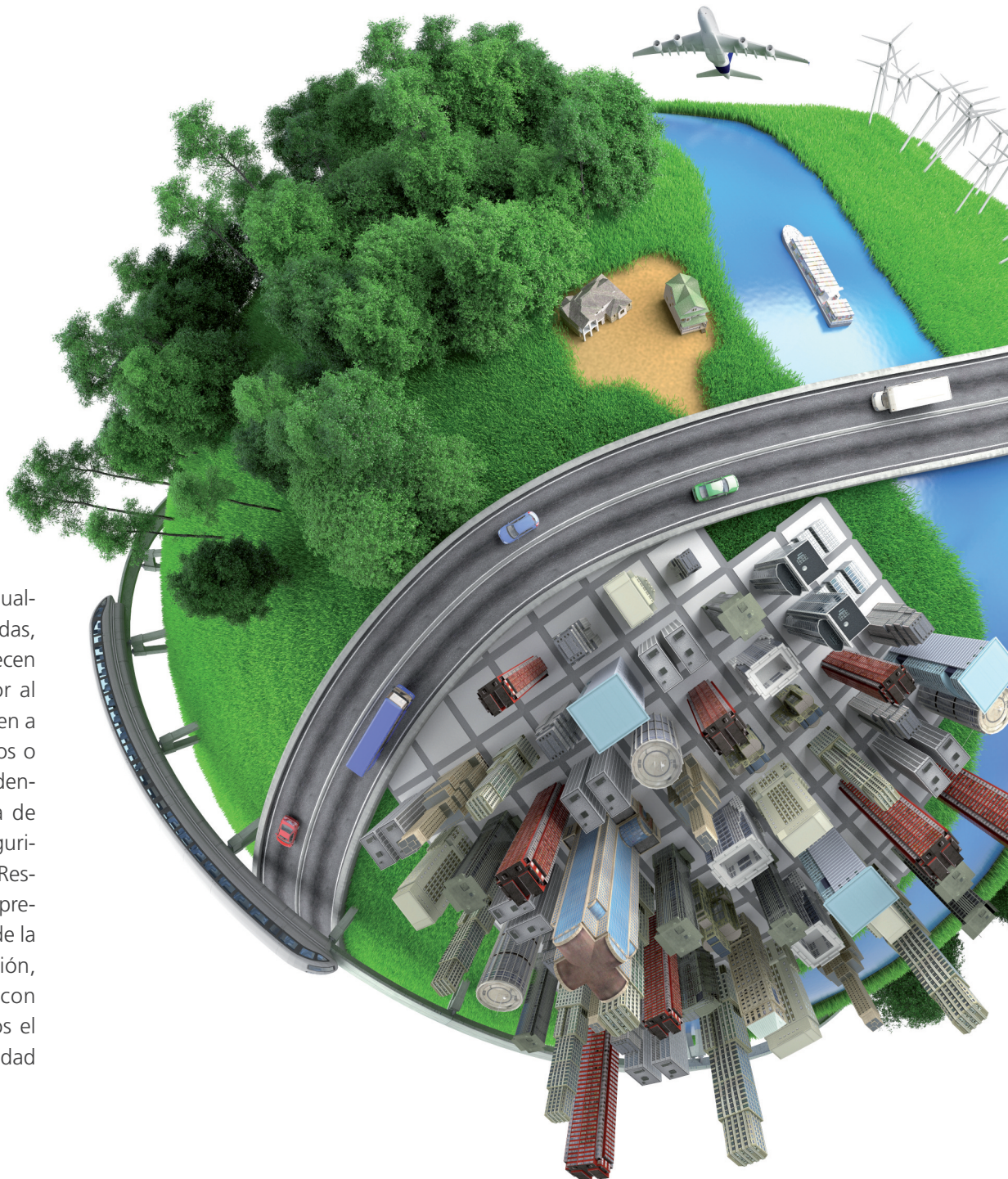


Reducir la siniestralidad en la carretera,

objetivo prioritario

Los accidentes de tráfico se cobran anualmente en el mundo 1,3 millones de vidas, el mismo número de personas que fallecen a causa de la diabetes y algo inferior al millón y medio de personas que perecen a causa de cáncer de tráquea, bronquios o pulmones. Estas cifras sitúan a los accidentes de tráfico como la octava causa de muerte en el mundo y colocan la seguridad vial en el centro de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa de empresas aseguradoras así como del sector de la automoción. Ya sea con concienciación, sensibilización y educación o bien con innovaciones técnicas en los vehículos el objetivo es claro: reducir la siniestralidad en las carreteras a toda costa.



La seguridad vial forma parte intrínseca de la cultura corporativa de Audi

Joan Miquel Malagelada,
director de Marketing de Audi España

Para nosotros, la interacción vehículo-conductor siempre ha sido un elemento clave porque pensamos que la mejor tecnología y la mejor seguridad de un automóvil no son suficientes si su conductor no hace un uso correcto del mismo durante el proceso de conducción.

Audi lleva a cabo diversas acciones en materia de seguridad vial desde su programa de RSC "Attitudes". Se trata de una iniciativa social promovida en el año 2000 para expresar su compromiso con la promoción de la educación y la seguridad vial.

A nivel de innovación de producto destacan todos los sistemas de asistencia a la conducción ya que influyen de forma determinante en la seguridad activa. Estos sistemas, que están actualmente disponibles en la mayoría de nuestros modelos, ayudan al conductor en situaciones comprometidas y, en consecuencia, a prevenir accidentes. El control de velocidad con frenada activa de emergencia, el asistente de carril, el control de fatiga, la cámara de visión nocturna y el avisador de cambio de carril son sólo algunos ejemplos de elementos que sin duda tendrán una clara influencia en la reducción de la siniestralidad.



El aumento de fallecidos por accidente de tráfico en las dos últimas décadas ha provocado que los accidentes viarios se conviertan en la octava causa de muerte en el mundo a nivel global, posición que asciende o desciende en función de la región geográfica en la que vivamos. Así por ejemplo, en la Europa occidental los accidentes de tráfico se sitúan en la décimo primera posición y en el caso de la región asiática del este es la cuarta causa de fallecimientos.

Centrándonos en España, los últimos datos provisionales ofrecidos por el Ministerio del Interior apuntan que durante el año 2012 se han producido 1.179 accidentes mortales en vías interurbanas, en los que han fallecido 1.304 personas y 6.161 han resultado heridas graves.

Según el Ministerio del Interior la accidentalidad en carretera ha descendido por noveno año consecutivo. En 2012 ha habido 2.937 muertos menos que en 2000, año en el que se produjeron 4.241 víctimas mortales, lo que supone una

reducción acumulada del 70%. Y en cuanto a los heridos graves en vías interurbanas también se han registrado descensos. El año 2012, con 6.161 heridos graves, ha presentado un descenso del 13% respecto de 2011. Ese descenso es del 40% respecto de 2000.

A pesar de estos descensos, el objetivo de la reducción de la siniestralidad en las carreteras españolas al mínimo posible no tiene por qué ser una utopía y es por ello que muchas empresas del sector asegurador y automovilístico centran buena parte de sus acciones de RSE en la concienciación de la sociedad sobre esta lacra e invierten importantes cantidades de dinero para hacer vehículos más seguros tanto para sus conductores y ocupantes como para los peatones.

La Seguridad Vial forma parte de la RSC de las empresas

En el marco de su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa, **Josep Alfonso**, director de Comunicación Corporativa, Responsabilidad Corporativa y Relaciones Institucionales de **AXA España**, afirma que: "Queremos diferenciamos a

Concienciación e innovación al servicio de la prevención

Clara Alberti,
directora de Comunicación
y Relaciones Externas de Toyota

En Toyota promovemos acciones para impulsar la conducción segura y fomentar la concienciación, involucrando tanto a los empleados de Toyota como a la sociedad en general. Las acciones que desarrollamos se centran en tres áreas: actuaciones de concienciación con distintos grupos de la sociedad civil sobre los efectos de los accidentes de tráfico en colaboración con AESLEME (Fundación Española para el Estudio de Enfermedad de Médula Espinal); talleres con simuladores de vuelo y simuladores de conducción eficiente y segura con estudiantes de secundaria y bachillerato; y el estudio sobre los hábitos de conducción en los jóvenes.

A nivel de innovación, Toyota está trabajando en sistemas procedentes de accidentes de tráfico reales donde se analizan las causas, alcance y naturaleza de las lesiones sufridas. Esto nos permite el desarrollo de nuevos sistemas que finalmente se introducirán en los vehículos, como por ejemplo los sistemas de vigilancia del conductor Lane-Departure Warning y Driver Monitoring, así como la introducción de estructuras frontales blandas para la protección de peatones.



Los principales ejes: prevención, corrección y protección

Javier Sánchez Oliva,
responsable de Comunicación Externa y Relaciones Públicas de **Renault**

Renault desarrolla su política de RSC en seguridad vial en cuatro ámbitos de innovación complementarios: prevención, corrección, protección de los ocupantes.

La prevención comienza por la asistencia al conductor en la anticipación de riesgos, por ello Renault ofrece equipamientos que aseguran una gestión automática de operaciones anexas que permiten que el conductor permanezca concentrado, por ejemplo, unas luces y unos limpiaparabrisas automáticos.

En cuanto a la corrección, los sistemas de asistencia al conductor de Renault son altamente tecnológicos y se han diseñado para compensar los errores del conductor y proporcionar una intervención esencial que puede salvar vidas en situaciones de conducción extremas.

En el ámbito de la protección de los ocupantes, la estructura del vehículo protege al conductor y a los pasajeros amortiguando la mayor parte de la energía producida durante una colisión mientras que los sistemas de retención del habitáculo absorben el resto de esta energía. La tercera generación SRP (*System for Restraint and Protection*) de Renault es una innovación única en el mercado en materia de seguridad y nuestra gama de sistemas de protección de los ocupantes integra airbags activos anti-deslizamiento, unos asientos y reposacabezas de alto rendimiento con amortiguadores de choques traseros, captadores de choques bilaterales y dispositivos avanzados de seguridad para niños.



Evitar accidentes, una buena inversión

Antonio García,
responsable de Comunicación Corporativa de **Automóviles Citroën España**

Todo lo que ayude a evitar que ocurra un accidente es una buena inversión y en Citroën equipamos nuestros vehículos con las tecnologías más innovadoras en materia de seguridad.



Por ejemplo, el más reciente lanzamiento de la gama distintiva de Citroën, el DS5, incorpora luces de carretera automáticas, que se activan en función de la luminosidad y cambian automáticamente de "carretera" a "cruce" para no deslumbrar a los vehículos que vienen de frente. También equipa un dispositivo llamado *head up display*, que permite ver la información de conducción proyectada en color sobre una lámina transparente en el campo de visión del conductor para que éste no tenga que quitar la vista de la carretera. Más aún, si mientras vamos conduciendo este vehículo se traspasa una línea de la carretera sin haber activado el intermitente, el vehículo avisa al conductor mediante la vibración del asiento, ayudando a evitar un accidente como consecuencia de una distracción o pérdida de atención en la conducción.

Otro ejemplo de los dispositivos de seguridad es el dispositivo Citroën eTouch, que permite al conductor contactar con una plataforma de asistencia especializada si se encuentra en apuros. Este sistema permite una intervención rápida de los servicios de emergencia, contribuyendo a reducir la gravedad de las lesiones y el número de víctimas mortales en la carretera.

través de la investigación y la educación en la prevención de cualquier tipo de riesgo. Y en esta línea, la seguridad vial está estrechamente ligada con la razón de nuestro negocio y de nuestra profesión. Como compañía aseguradora, es nuestra responsabilidad ayudar a las personas a conocer los riesgos y a prevenirlos y, por supuesto, los relativos a la seguridad en la carretera forman parte del *core* de nuestra RSC".

La seguridad vial también es una prioridad básica para las empresas automovilísticas como GM España, ya sea la de sus empleados en su trabajo y en sus desplazamientos, como en el producto final que ofrece a sus clientes. Es por ello que la responsable de Responsabilidad Social Corporativa de **General Motors España, Teresa Sanz Lorenzo**, afirma que: "En todos los sentidos, GM España está comprometida con la seguridad vial, tanto de los conductores como de los acompañantes y del mundo que nos rodea. Integramos la seguridad en nuestras decisiones de negocio por su repercusión en nuestros grupos de interés. Evaluamos nuestro impacto en la sociedad y, por ello, nuestro objetivo es ofrecer soluciones segu-

ras que respondan a la movilidad del siglo XXI. Realizamos un enfoque integral hacia la seguridad y, en este sentido, todos los sistemas de seguridad activa y pasiva se engloban bajo el sistema Safetec exclusivo de Opel. Y, vamos más allá, ofreciendo a nuestros usuarios innovadores sistemas de ayuda a la conducción, que redundan en beneficio de la seguridad".

En la misma línea se sitúa Audi al afirmar que la seguridad vial también forma parte intrínseca de su cultura corporativa y, en consecuencia, de su política de RSC. "Para nosotros, la interacción vehículo-conductor siempre ha sido un elemento clave porque pensamos que la mejor tecnología y la mejor seguridad de un automóvil no son suficientes si su conductor no hace un uso correcto del mismo durante el proceso de conducción. Ésa es la razón por la que es tan importante para nuestra marca tener en igual consideración el factor tecnológico y el factor humano, especialmente a través de su concienciación e implicación en la seguridad vial. En este sentido, como empresa socialmente responsable, la seguridad vial forma parte del propio ADN de Audi", comenta **Joan**

Miquel Malagelada, director de Marketing de Audi España.

Por su parte, **Javier Sánchez Oliva**, responsable de Comunicación Externa y Relaciones Públicas de Renault, asegura que "la seguridad en carretera constituye la esencia misma de una filosofía basada en el respeto a la vida y en la innovación como fuente de progreso. Renault ha establecido los estándares de la seguridad automovilística mediante una aproximación basada en la accidentología y la seguridad en carretera en situaciones reales. El resultado: productos adaptados a las condiciones de conducción actual en todo el mundo".

La tendencia: vehículos más seguros en la carretera

Con el objetivo de conseguir una significativa reducción de la siniestralidad, aseguradoras y empresas de automóviles centran sus esfuerzos en la realización de cursos de concienciación y formación. Pero no se quedan ahí. Una importante línea de actuación por parte de las compañías

Los accidentes de tráfico se cobran anualmente 1,3 millones de víctimas en el mundo, una cifra que los sitúan como la octava causa de muerte en el mundo a nivel global

automovilísticas se basa en la elevada innovación para ofrecer al mercado vehículos más seguros y que, en caso de accidente, el daño sea el mínimo posible. En este sentido **Antonio García**, responsable de Comunicación Corporativa de Automóviles Citroën España, asegura que: "Todo lo que ayude a evitar que ocurra un accidente es una buena inversión y en Citroën equipamos a nuestros vehículos con las tecnologías más innovadoras en materia de seguridad. Por ejemplo, el más reciente lanzamiento de la gama distintiva de Citroën, el DS5, incorpora luces de carretera automáticas, que se activan en función de la luminosidad y cambian automáticamente de 'carretera' a 'cruce' para no deslumbrar a los vehículos que

Ponle Freno, una plataforma ciudadana con cerca de 100.000 adhesiones

Ponle Freno es el nombre que recibe la acción de Responsabilidad Corporativa del Grupo Antena 3, creada en 2008, con el compromiso de poner toda la fuerza de un grupo de comunicación al servicio de la seguridad vial, para sumar esfuerzos en la resolución de esta lacra social y, sobre todo, ayudar en el objetivo de llegar a 0 víctimas en carretera. Actualmente, cerca de 100.000 personas forman parte de su plataforma.

Desde su nacimiento Ponle Freno ha jugado un intenso papel en este sentido, con numerosas acciones dentro y fuera de pantalla, y se ha convertido en un actor relevante y eficaz en momentos clave, a través de campañas e iniciativas en periodos de especial concentración de vehículos, así como poniendo en marcha proyectos en los que ha pedido la participación ciudadana porque, como dice su lema, "juntos sí podemos".

La señalización de los puntos negros de las carreteras, la denuncia de señales y carreteras en mal estado, la iniciativa para la colocación de radares en puntos negros o tramos peligrosos, el informe sobre los centros de certificados médicos, las campañas de concienciación e información (distancia de seguridad, protección de motoristas y ciclistas...), la educación vial para niños y jóvenes con Ponle Freno junior y, finalmente, su popular Carrera para salvar vidas, son algunos ejemplos.



La seguridad, desde la concepción hasta la conducción del vehículo

José Antonio León Capitán,
director de Comunicación de **Peugeot España**

Estamos muy contentos con las innovaciones que hemos logrado con todos los modelos de nuestra gama. Hemos logrado avances con los que hace 20 años nadie podía ni soñar. Por ejemplo, en materia de seguridad terciaria, las nuevas tecnologías nos han permitido avanzar enormemente hasta el punto de ser la marca líder en ese campo, gracias a sistemas como Peugeot Connect SOS y Peugeot Connect Assistance. Estas aplicaciones están presentes en la mayoría de modelos de la gama y permiten la localización del vehículo y el envío de equipos de ayuda en caso de accidente. Desde su implantación en 2003 han permitido la asistencia de más de 4.800 vehículos.

En Peugeot continuamente estamos introduciendo novedades para aumentar la seguridad, además de equipamientos ya implantados en toda la gama desde hace tiempo, como el ABS y ESP, por ejemplo. Algunas de ellas han sido especialmente revolucionarias como en el caso del Peugeot 208 con los nuevos volantes de tamaño reducido y el cuadro de mandos a la altura de los ojos. El primero facilita la maniobrabilidad y el segundo posibilita la visualización del velocímetro sin necesidad de levantar la mirada de la carretera. A 50 km/h, un segundo implica 15 metros recorridos. El 208 también supone un paso más en materia de seguridad pasiva, gracias a la reducción de peso del vehículo y a su estructura deformable



vienen de frente. También equipa un dispositivo llamado *head up display*, que permite ver la información de conducción proyectada en color sobre una lámina transparente en el campo de visión del conductor para que éste no tenga que quitar la vista de la carretera. Más aún, si mientras vamos conduciendo este vehículo se traspasa una línea de la carretera sin haber activado el intermitente, el vehículo avisa al conductor mediante la vibración del asiento, ayudando a evitar un accidente como consecuencia de una distracción o pérdida de atención en la conducción", comenta Antonio García.

Pero a pesar de la importante inversión por parte de las compañías, para Kia aún quedan cosas que se pueden mejorar en el campo de la seguridad vial y apuesta por seguir innovando. "Kia es una empresa comprometida con la seguridad de sus conductores y ciudadanos y, por este motivo, desde sus fábricas se realizan constantes avances en la investigación y desarrollo de este apartado, desarrollando nuevos elementos con el fin de conseguir una reducción en el número de accidentes. No creemos que en materia de seguridad

todo esté inventado, así que seguiremos investigando e innovando en nuevos sistemas. Para nosotros es un pilar estratégico", comenta **Enrique Montes**, manager RRHH y Asuntos Corporativos **Kia Motors Iberia**.

Si bien buena parte de los esfuerzos para mejorar la seguridad vial de las empresas automovilísticas se centra en una mayor inversión para fabricar automóviles más seguros, las compañías aseguradoras centran buena parte de sus esfuerzos en este terreno en concienciar a conductores, acompañantes y peatones de la importancia de adquirir unas conductas seguras.

En el caso de Mapfre, que desarrolla todas sus iniciativas en este ámbito a través del Instituto de Seguridad Vial de la Fundación Mapfre, "dirige todos sus esfuerzos a la concienciación y sensibilización de la sociedad, orientada a la reducción de los accidentes de tráfico y a la educación vial en colaboración con entidades públicas, centros escolares y parques infantiles de tráfico. Además, bajo este mismo planteamiento trabaja también en el plano internacional con el objetivo de reducir las altas cifras de siniestralidad, sobre todo en la región del Latinoamérica y Caribe, que suponen un problema social, de seguridad y de salud. También realiza actividades en Malta, Turquía, Filipinas y Portugal", explica el director general del **Instituto de Seguridad Vial de Fundación Mapfre**, **Julio Laria**.

La comunicación a la sociedad, aspecto clave

A la hora de comunicar los aspectos clave en la seguridad vial a trabajadores, a clientes y a la sociedad en general las empresas utilizan múltiples canales como las redes sociales, webs corporativas, intranets, revistas... en función del público objetivo a quien comunicar la acción o información. Así pues, tal y como comenta **Francisco Valencia**, director de Gobierno Corporativo de **Línea Directa Aseguradora**, "respecto a los empleados, contamos con una intranet propia, celebramos una convención anual y distribuimos un anuario y una revista corporativa online, que cuenta con una gran acogida. Además, organizamos sesiones informativas trimestrales, en las que Miguel Ángel Merino, director general de Línea Directa, informa en persona a todos los empleados de la marcha de la compañía, contesta a sus preguntas y sugerencias y señala las prioridades para el ejercicio".

"También pulsamos la opinión de nuestro equipo a través de encuestas internas de clima, disponemos de una Oficina de Atención al Empleado, concedemos anualmente los Premios a los Valores Corporativos, que votan los propios empleados, y contamos con la plataforma 'Innova', que utilizamos para recabar ideas de los empleados sobre los distintos retos que nos plantea el negocio. Todo ello nos permite establecer un diá-



logo y un *feedback* extraordinariamente fluido que, sin duda, constituye un gran activo a la hora de conocer las aspiraciones de todos nuestros empleados y, por tanto, de crecer como compañía", comenta Francisco Valencia.

Por su parte, Reale, en la actualidad está aportando consejos en seguridad vial a través de las redes sociales con el objetivo de "atraer la atención de la sociedad, sobre todo en épocas del año donde la climatología no acompaña, en prevención, cuidado del vehículo, motor, líquidos, neumáticos, etc., y en aquellos componentes cuyo cuidado y mantenimiento afecte directamente a la seguridad de los propios ocupantes del vehículo así como al resto de conductores, e intervinientes en la circulación diaria, peatones, ciclistas, etc.", explica **Jesús Lafuente**, director de Prestaciones Autos de **Reale Seguros**.

Para Renault la concienciación social sobre la seguridad vial es una responsabilidad de todos y para todos. Es por este motivo que el responsable de Comunicación Externa y Relaciones Públicas de Renault, Javier Sánchez Oliva, explica que la compañía "desarrolla sus campañas de comunicación a toda la sociedad mediante la publicidad de las innovaciones técnicas en seguridad y con acciones de sensibilización a colectivos concretos, como son los niños, jóvenes, universitarios y adultos. Para ello, ha desarrollado acciones itinerantes en España de sensibilización a colectivos de educación primaria y secundaria, así como del ámbito universitario. Al mismo tiempo, tiene acuerdos de colaboración con escuelas de conducción para el fomento de la seguridad vial y de la conducción eficiente".



En este punto la directora de Comunicación y Relaciones Externas de **Toyota**, **Clara Alberti**, añade que: "Las instituciones locales, como los ayuntamientos, son estupendos aliados para contactar con la juventud a través de los institutos de zona; últimamente también utilizamos nuestra web y cada vez más, las redes sociales. Elaboramos publicaciones específicas con información y resultados de diversos estudios precisos que difundimos a través de algún socio experto en seguridad vial".

Y desde la Fundación Mutua Madrileña utilizan múltiples canales para comunicar sus iniciativas de seguridad vial como: "Campañas de *emailing* a nuestros asegurados, presentación y

difusión de nuestros estudios, comunicación en redes sociales, tanto en los perfiles de Mutua Madrileña como en los de nuestra Fundación, publicación de consejos en la web de la Fundación Mutua Madrileña, publicidad tradicional, realización de material audiovisual, organización de actos para asegurados, etc. En ocasiones se crean campañas de comunicación ad hoc a cada iniciativa: por ejemplo, para tener un mayor impacto en la difusión de nuestra campaña "Agárrate a la Vida" creamos la campaña de comunicación online "5 cosas que nunca harías borracho", dirigida específicamente a los jóvenes", explica **Lorenzo Cookin**, director general de la **Fundación Mutua Madrileña**.

Seguridad activa y pasiva: aspectos clave

Teresa Sanz Lorenzo,
responsable de Responsabilidad Social Corporativa de **General Motors España**

La seguridad aumenta de dos maneras: por un lado, disminuyendo el número de accidentes y, por otro lado, disminuyendo las consecuencias de éstos cuando se producen.

En el primer caso, el equipamiento de seguridad activa interviene asistiendo al conductor y favoreciendo el control del vehículo. Algunas de las soluciones de seguridad activa que emplean nuestros vehículos incluyen sistemas electrónicos de control de última generación, como el ESP, el avanzado sistema de iluminación AFL+, el sensor de lluvia, limitadores de velocidad, espejo retrovisor antideslumbramiento, el sistema de cámara frontal Opel Eye, etc.

Si aun así, se produce el accidente, nuestros vehículos integran una completa gama de soluciones de seguridad pasiva que aseguran una óptima protección, como son airbags frontales, laterales y de cortina, Sistema de Pedales Retráctiles (PRS), reposacabezas delanteros activos, cinturones delanteros con doble pretensor... Para cuando, a pesar de todo, el accidente se produce, hemos elaborado unas guías disponibles incluso para *smartphones*, para que los equipos de rescate puedan socorrer a las víctimas con mayor rapidez, ya que en ocasiones unos minutos son clave.

Hay otros elementos del vehículo que pueden ayudar a reducir la siniestralidad en carretera, como los sistemas integrados tan avanzados como el Navi 900 que recibe información del estado del tráfico, gracias a la navegación dinámica.





En Peugeot realizan una multitud de acciones, desde las innovaciones tecnológicas que introducen en los vehículos y la inversión en I+D hasta actuaciones más concretas. Es en este último punto que **José Antonio León Capitán**, director de Comunicación de Peugeot España, destaca las acciones que la compañía lleva a cabo con los más pequeños como, por ejemplo, "el acuerdo de colaboración entre Peugeot España y Micropolix en 2011 y 2012, la ciudad de ocio educativo, colaborando en actividades de educación y promoción de la seguridad vial entre los niños. Y el acuerdo con Port Aventura firmado este año, que incluye el proyecto "Kids & Cars Peugeot", la nueva escuela de conducción y educación vial para niños de este parque temático. Sería un error pensar que la seguridad se reduce a crear coches más seguros. La educación vial es también imprescindible. En Peugeot creemos en esta idea y trabajamos para defenderla, profundizando en valores de convivencia, responsabilidad y respeto".

Una respuesta muy positiva

Pero cuando las empresas ponen toda la carne en el asador, ¿qué respuesta obtienen de los grupos de interés? Josep Alfonso, director de Comunica-

ción Corporativa, Responsabilidad Corporativa y Relaciones Institucionales de AXA España, contesta que el *feedback* que reciben es, sin duda, lo más gratificante. Y pone como ejemplo: "La gratitud de las víctimas y sus familias cuando son tratadas a través de nuestro servicio integral es algo que nos llena de orgullo. Todas las instituciones y organizaciones con las que colaboramos también nos transmiten su gratitud por nuestro apoyo y, sobre todo, su implicación en los proyectos, ya que no queremos ser meros 'patrocinadores' sino que participamos activamente en ellos".

En el mismo sentido se posiciona el director general de la Fundación Mutua Madrileña, Lorenzo Cooklin, al asegurar que: "Las valoraciones que hemos recibido hasta el momento son muy buenas aunque con un solo accidente grave que hayamos evitado ya ha merecido la pena el esfuerzo. Nuestros estudios de investigación son muy bien acogidos por los medios de comunicación, las charlas que organizamos en universidades son muy bien valoradas por los estudiantes porque son amenas y prácticas, los comentarios en redes sociales han sido siempre positivos y la participación en nuestros actos ha sido siempre muy elevada. Además, compartimos todas nuestras iniciativas con las entidades especializadas en seguridad vial, con el Ayuntamiento de Madrid y con la propia DGT, y siempre hemos recibido un *feedback* muy positivo por su parte".

"Hasta el momento las encuestas de satisfacción que realizamos entre nuestros clientes son muy positivas y demuestran el acierto de Peugeot al apostar por la innovación. El Premio Coche del Año también es otra muestra de ello, ya que el jurado está formado por los mejores periodistas especializados del motor. Que el 208, el máximo exponente de la evolución y revolución que defendemos en Peugeot, haya sido elegido, nos sirve para confirmar que estamos en el buen camino", afirma el director de Comunicación de Peugeot España, José Antonio León Capitán.

Los retos pendientes

A pesar de que se están haciendo cosas importantes en este ámbito, y la reducción de las víctimas así lo demuestra, todavía queda mucho camino por recorrer. "Uno de los campos de acción deber ser la sensibilización a través de la educación, probablemente desde el colegio. Es importante que las personas conozcan los riesgos y sepan prevenirlos. Es clave concienciar que estamos ante un tema de responsabilidad: no se trata sólo de la seguridad personal de cada uno sino también la seguridad de los demás. Otro reto pendiente es el de impulsar la mejora de las carreteras. Y hacerlo como *lobby*: resulta determinante la unión y el trabajo de todas las partes implicadas, en colaboración con otras empresas, institu-

Fomentado una conducción segura

Enrique Montes,
manager RRHH y Asuntos Corporativos **Kia Motors Iberia**

Periódicamente venimos realizando cursos de conducción segura a nivel interno con los empleados y con nuestros principales clientes, que son los concesionarios. Estos cursos formativos están complementados con jornadas de información técnica acerca del modelo del vehículo, validando principalmente los puntos de conducción segura, haciendo hincapié en las nuevas medidas de seguridad adaptadas a los vehículos como el ESC (Control electrónico de seguridad), VSM (Administración de estabilidad del vehículo), DBC (Control de asistencia en descenso), ESS (Activación del parpadeo de las luces de freno en caso de frenada de emergencia) y Sistema de elevación del capó en caso de accidente, entre otros.

A nivel de innovación de producto, Kia ha incorporado recientemente el Sistema de Capó Activo. Este sistema permite que el capó se eleve en caso de colisión para ofrecer así una segunda capa de protección previniendo el impacto del peatón con las partes del motor. Otros elementos que ya vienen incorporados en nuestros vehículos desde hace tiempo además son el ESP (Programa electrónico de seguridad), HAC (Sistema de ayuda de arranque en pendiente), sistema de control de presión de los neumáticos, sensores de estacionamiento, sistema de asistencia de mantenimiento de carril, faros de xenón, luz de circulación diurna o sistema de asistencia de mantenimiento de carril, entre otros.

Este sistema permite que el capó se eleve en caso de colisión para ofrecer así una segunda capa de protección previniendo el impacto del peatón con las partes del motor. Otros elementos que ya vienen incorporados en nuestros vehículos desde hace tiempo además son el ESP (Programa electrónico de seguridad), HAC (Sistema de ayuda de arranque en pendiente), sistema de control de presión de los neumáticos, sensores de estacionamiento, sistema de asistencia de mantenimiento de carril, faros de xenón, luz de circulación diurna o sistema de asistencia de mantenimiento de carril, entre otros.

Este sistema permite que el capó se eleve en caso de colisión para ofrecer así una segunda capa de protección previniendo el impacto del peatón con las partes del motor. Otros elementos que ya vienen incorporados en nuestros vehículos desde hace tiempo además son el ESP (Programa electrónico de seguridad), HAC (Sistema de ayuda de arranque en pendiente), sistema de control de presión de los neumáticos, sensores de estacionamiento, sistema de asistencia de mantenimiento de carril, faros de xenón, luz de circulación diurna o sistema de asistencia de mantenimiento de carril, entre otros.



Concienciación y sensibilización de la sociedad

Julio Laria,

director general del Instituto de Seguridad Vial de **Fundación Mapfre**



El Instituto de Seguridad Vial de Fundación Mapfre dirige todos sus esfuerzos a la concienciación y sensibilización de la sociedad orientada a la reducción de los accidentes de tráfico y a la educación vial en colaboración con entidades públicas, centros escolares y parques infantiles de tráfico.

Con este firme objetivo el Instituto de Seguridad Vial lleva a cabo distintas actividades como la Campaña Escolar y la Caravana de Educación Vial, dirigida a escolares de entre 3 y 12 años, un programa de formación para jóvenes a través de las autoescuelas "Jóvenes por la seguridad vial", así como el programa "Seguridad Vial para Mayores".

En el caso de los adultos, el Instituto de Seguridad Vial también desarrolla programas en los que se implica a otros sectores, como los médicos, con el programa "Médicos por la Seguridad Vial", a las empresas, a través de formación específica para los empleados y para los profesores con materiales y formación específica para ellos. Además, ha desarrollado una plataforma educativa sobre planes y auditorías de seguridad vial, puesto a disposición de la sociedad para mejorar su formación.

Con el objetivo de conseguir una significativa reducción de la siniestralidad, aseguradoras y empresas de automóviles centran sus esfuerzos en la realización de cursos de concienciación y formación

ciones y organismos oficiales. Por último, no podemos olvidarnos de la mejora constante de los sistemas de seguridad activa y pasiva de los vehículos. Los fabricantes están haciendo un gran esfuerzo en este sentido y debemos seguir en esa dirección", comenta Josep Alfonso, director de Comunicación Corporativa, Responsabilidad Corporativa y Relaciones Institucionales de AXA España.

Por su parte, Teresa Sanz Lorenzo, responsable de Responsabilidad Social Corporativa de General Motors España, asegura que es necesario actuar en tres frentes con el objetivo de reducir el número de accidentes y las consecuencias de éstos. "Por un lado, los fabricantes tenemos que invertir y desarrollar, como hace Opel, en elementos de seguridad activa y pasiva de los que ya hemos citado algunos, pero además es necesaria una mayor concienciación de los conductores para hacer un uso seguro de los vehículos. Y por último, es necesaria una inversión y mejora de las infraestructuras y de su señalización, de manera que también nuestras carreteras estén en condiciones óptimas y sean seguras para los usuarios", comenta Teresa Sanz Lorenzo.

En Audi piensan que todos los agentes que intervienen en el sector del tráfico son parte implicada en la seguridad vial y como tal todos deben colaborar para contribuir a la reducción de los accidentes de tráfico. Según explica Joan

"Agárrate a la vida"

Lorenzo Cooklin,

director general de la **Fundación Mutua Madrileña**

Fundación Mutua Madrileña fomenta acciones de divulgación de comportamientos responsables al volante así como distintas iniciativas de investigación de las razones y las circunstancias que provocan los accidentes con el objetivo de determinar mejor las conductas que pueden evitarlos. El "Estudio de siniestralidad vial en el colectivo juvenil y sus consecuencias" constató que el 15% de los jóvenes entre 18 y 25 años causa al menos un accidente de tráfico al año. Este informe de Fundación Mutua Madrileña concluía también que el 20% de estos accidentes producen heridos y más de 600 personas fallecidas y más de un centenar de discapacitados.

Ante la relevancia de estos datos, decidimos poner en marcha una campaña permanente de prevención de accidentes entre los jóvenes que denominamos "Agárrate a la vida". Alcanzamos un acuerdo de colaboración con la Asociación para el Estudio de la Lesión Medular Espinal (AESLE-ME) para prevenir e informar al colectivo universitario en España de los riesgos y las consecuencias de pasar por alto las más elementales normas de seguridad en la carretera. Desde entonces, más de 12.000 jóvenes de distintas universidades públicas y privadas de nuestro país han participado en esta iniciativa, en la que a través de impactantes charlas interactivas se les explica cómo prevenir los accidentes, cuáles pueden ser las causas y qué consecuencias pueden tener las actitudes imprudentes.





Miquel Malagelada, director de Marketing de Audi España, "pensamos que la educación vial, tanto para niños como para jóvenes y adultos, es el mejor camino para conseguirlo. Además, el objeto de nuestro negocio no está reñido con nuestro espíritu de responsabilidad. Al contrario, estamos convencidos de que no debería existir una

Según el Ministerio del Interior, la accidentalidad en carretera ha descendido por noveno año consecutivo.

En 2012 ha habido un descenso del 70% en el número de muertos y del 40% en cuanto a los heridos graves en comparación con el año 2000

cosa sin la otra. Y por eso, desde nuestro programa social Attitudes, continuaremos trabajando en la educación y la concienciación de nuestra sociedad, ya que consideramos que fomentar una cultura vial responsable y segura es un elemento importantísimo en la lucha contra los accidentes de tráfico".

Con el objetivo de seguir insistiendo en la difusión de buenos hábitos en la conducción para

evitar los accidentes en la carretera, desde Mutua Madrileña ponen especial énfasis en "los jóvenes porque son el futuro y porque representan uno de los colectivos con mayor impacto en la siniestralidad", comenta Lorenzo Cooklin.

Desde Línea Directa Aseguradora, su director de Gobierno Corporativo, Francisco Valencia, apuesta por una alianza a tres bandas entre conductores, aseguradoras y Administraciones para combatir la lacra que representan los accidentes de tráfico. "Debemos trabajar juntos para terminar con un fenómeno que, cada año, acaba con la vida de casi 2.000 personas en España. En este sentido, la seguridad en carretera debe ser un proyecto de país que reúna y concilie los distintos intereses y sensibilidades en torno a un único objetivo: acabar con las

muerres en accidentes de tráfico. Para ello, debemos seguir apostando por mejorar nuestras infraestructuras viarias, por impulsar la educación vial entre los conductores y seguir incrementando la concienciación a través de los medios de comunicación y la innovación en la industria del automóvil", explica Francisco Valencia.

En la misma línea se manifiesta el responsable de Comunicación Corporativa de Automóviles Citroën España, Antonio García, al afirmar que los retos pasan por la mejora de las infraestructuras, la conducción responsable y la optimización permanente de los sistemas de seguridad de los vehículos. "Resolver el problema de la seguridad vial no es fácil y su solución pasa por un trabajo conjunto desde todos los frentes, lo cual implica tanto al conductor como responsable de su conducta al volante, como a los fabricantes, las Administraciones Públicas e, incluso, a los medios de comunicación, como difusores del uso de las medidas de seguridad".

Jesús Lafuente, director de Prestaciones Autos de Reale Seguros, considera que el primer reto es de concienciación a la sociedad en general de la necesidad de respetar las normas de circulación. "En particular, vemos tres grupos sobre los que actuar: Los empleados, ofreciéndoles formación y cursos de conducción a aquellos tengan vehículos de empresa aconsejando el uso de transporte público así como cuidados de sus vehículos particulares. A nuestros proveedores, ofre-

Difusión de acciones para prevenir los accidentes en carretera

Jesús Lafuente,
director de Prestaciones Autos de Reale Seguros

La seguridad vial está llamada a ser un aspecto clave a tratar por todas las empresas que desarrollen estrategias de actuación en torno a la Responsabilidad Social Corporativa como forma de mostrar su compromiso con uno de los principales problemas que afectan a nuestra sociedad.

En este sentido, Reale ha iniciado el camino del compromiso firme y decidido de impulsar y apoyar cuantas medidas e iniciativas tengan como fin difundir en la sociedad civil acciones que ayuden a la prevención de accidentes en carretera, adquiriendo un posicionamiento como empresa concienciada e involucrada en aportar y apoyar iniciativas encaminadas a la resolución de este importante problema.

Firme con este planteamiento, Reale aporta consejos en seguridad vial dirigidos a la sociedad en general a través de las redes sociales, pretendiendo atraer la atención de la sociedad, sobre todo en épocas del año donde la climatología no acompaña, en prevención, cuidado del vehículo, motor, líquidos, neumáticos, etc., y en aquellos componentes cuyo cuidado y mantenimiento afecte directamente a la seguridad de los propios ocupantes del vehículo así como al resto de conductores e intervinientes en la circulación diaria: peatones, ciclistas, etc.

Sensibilización y educación, la prevención y la minimización del daño

Josep Alfonso,

director de Comunicación Corporativa, Responsabilidad Corporativa
y Relaciones Institucionales de **AXA España**

Desde el pasado mes de julio AXA se ha convertido en socio estratégico de la plataforma Ponle Freno y colabora, junto a Antena 3, en la concienciación de los peligros de la carretera a través de estudios, campañas de sensibilización, acciones institucionales, galardones o la tradicional carrera popular que se celebra en Madrid en noviembre de cada año, entre otros proyectos.

En el ámbito de la prevención, mediante una colaboración con la Universidad Carlos III de Madrid y su Fundación, han creado la Cátedra AXA de Análisis, Comprensión y Prevención del Riesgo. Esta cátedra desarrolla programas y proyectos de investigación y formación en el campo de la prevención de riesgos. Además, organiza actividades comunes para la promoción y divulgación de la cultura científica y los avances tecnológicos y difunde los resultados de los programas de investigación. Sus primeros trabajos están dirigidos a analizar el latigazo cervical derivado de los accidentes de tráfico en alcances de baja velocidad.

En cuanto a la minimización del daño, AXA es pionera en el tratamiento de los lesionados por accidentes de tráfico. Desde 2009, cuenta con un servicio integral que ofrece a la víctima y a sus familiares apoyo económico, psicológico, médico y legal bajo la gestión personalizada de un inspector de siniestros.



ciendo a través de ellos revisiones gratuitas de neumáticos, estado de faros, antiniebla, etc.; y a nuestras agencias, mediadores y clientes finales, a través de acciones comerciales de valor añadido o ayuda en las situaciones diarias a las que se puede enfrentar el cliente final, fuera de las coberturas de una póliza de automóvil".

Por su parte, Fundación Mapfre considera que los retos que es necesario abordar para reducir la siniestralidad en las carreteras españolas son "mantener los mensajes y las acciones respecto a la velocidad, el uso del casco, el alcohol y la utilización de los cinturones de seguridad delanteros y traseros, tanto en carretera como en ciudad. También hay que seguir trabajando con los colectivos más vulnerables, peatones, ciclistas y motoristas, para evitar que sean los protagonistas del incremento de siniestralidad en el futuro; no olvidar los entornos urbanos y las personas mayores de 65 años, que tendrán una evolución creciente como víctimas de accidentes de tráfico en los próximos años; y mejorar el tráfico en la red secundaria española, que representa el 80% de la siniestralidad total", comenta Julio Laria, director general del Instituto de Seguridad Vial de Fundación Mapfre.

Para Toyota el gran reto es "involucrar a todos los stakeholders con cierta responsabilidad en los accidentes de tráfico, los automóviles, los conductores, el tráfico. Los fabricantes estamos

invirtiendo muchísimo para mejorar la tecnología de seguridad, pero la seguridad total no se puede conseguir sólo con el vehículo, requiere también carreteras más seguras y una formación más eficiente en técnicas sobre conducción segura y responsable", comenta Clara Alberti, directora de Comunicación y Relaciones Externas de Toyota.

"En general las marcas seguiremos apostando para mejorar todos los sistemas que permitan realizar avances para evitar los accidentes y/o minimizando las consecuencias de los mismos. En este punto hay que recordar la importancia de la educación vial desde la infancia acompañando en valores y estableciendo la importancia en una conducción segura", afirma Enrique Montes, manager RRHH y Asuntos Corporativos Kia Motors Iberia.

Por su parte, el responsable de Comunicación Externa y Relaciones Públicas de Renault, Javier Sánchez Oliva, va más allá al decir que "la carga impositiva que sufre el sector del automóvil debe de dirigirse a medidas que fomenten la renovación del parque automovilístico y a la inversión en el mantenimiento de los viales públicos. La crisis económica actual tiene el riesgo de producir un envejecimiento rápido del parque automovilístico, así como un deterioro de las infraestructuras, cuya consecuencia más directa es el incremento del riesgo de accidentes" ■

Comportamientos responsables al volante

Francisco Valencia,

director de Gobierno Corporativo de
Línea Directa Aseguradora

La seguridad vial constituye un eje fundamental en la política de Responsabilidad de Línea Directa Aseguradora y muestra de ello es que su Plan Director de Responsabilidad Corporativa se basa en cuatro ámbitos diferentes de actuación, que conocemos como las "4 C": Casa, Carretera, Clima y Corporativo.

Por su contacto directo con los accidentes de tráfico, Línea Directa ha estado vinculada desde sus orígenes a las prácticas responsables y, muy especialmente, con la seguridad vial, que consideramos nuestro ámbito natural de actuación. En este sentido, cada año impulsamos la elaboración de estudios e informes que analizan diversos aspectos de la conducción y que tienen por objetivo difundir y promover los comportamientos responsables al volante. A lo largo del 2012, por ejemplo, hemos trabajado en temas como el proceso de toma de decisiones en la conducción y sobre la accidentalidad en las capitales de provincia españolas, que nos ha permitido determinar, según nuestros propios datos, qué puntos de nuestras ciudades son los más peligrosos a la hora de conducir. Asimismo, desde hace nueve años, organizamos el "Premio Periodístico de Seguridad Vial Línea Directa", que, en su última edición, recibió más de 800 trabajos de medios de toda España, consolidándose como un referente en el periodismo de nuestro país.

