

Con un **Código de Ética** presionan a la industria automotriz para que se comprometa a vender autos seguros desde sus versiones básicas en México

- *El Código de Ética para la Industria Automotriz pide un trato igualitario para los consumidores mexicanos que el dado a consumidores de otros países, anteponiendo la vida, la integridad y la salud física a los intereses económicos.*
- *18 marcas automotrices recibieron el Código para que lo suscriban, independientemente de la normatividad vigente.*
- *En México 16 mil personas pierden la vida en accidentes vehiculares al año, más de 134 mil personas resultan lesionadas y 40 mil mexicanos quedan anualmente con algún tipo de discapacidad para el resto de sus vidas. Las lesiones y muertes de niños ocasionadas por accidentes viales son la principal causa de fallecimientos en menores de entre 5 a 14 años de edad y la segunda causa de orfandad.*

Ciudad de México, 18 de julio de 2018.- Como una iniciativa sin precedentes, El Poder del Consumidor y el Programa de Evaluación de Vehículos Nuevos para América Latina y el Caribe (Latin NCAP), presentaron el *Código de Ética para la Industria Automotriz* que les fue enviado a las corporaciones que aglutinan en total a 18 marcas de la industria automotriz en México para que se comprometieran a vender sólo autos seguros desde sus versiones básicas como lo hacen en otros países y con esto garantizar un trato igualitario a los consumidores mexicanos.

Las organizaciones recordaron que en México existe una práctica de doble estándar en materia de seguridad vehicular por parte de la mayoría de las marcas automotrices. Se producen autos seguros desde sus versiones básicas, pero son para comercializarse en otros países, mientras en México se siguen vendiendo vehículos sin estos sistemas en las versiones básicas. Si se quiere acceder a ellos, se debe pagar un costo extra.

El Código de Ética para la Industria Automotriz fue enviado a Chrysler, Dodge, Fiat, Ford, GM, Honda, Hyundai, Kia, Mazda, Mitsubishi, Nissan, Peugeot, Renault, Seat, Subaru, Suzuki, Toyota y Volkswagen y se espera que como empresas socialmente responsables se comprometieran con la vida y seguridad de los ciudadanos mexicanos dando cumplimiento antes del 2020. Al firmarlo se pide que se comprometieran a:

1. Ofrecer como estándar los mismos niveles de seguridad, elementos y desempeño de seguridad vehicular en todos los autos nuevos vendidos en México antes de 2020, desde sus versiones más básicas, como lo hacen para los mismos modelos en las naciones de economías maduras a fin de proteger y salvaguardar la vida, la salud y la integridad física de todos los usuarios y consumidores mexicanos antes, durante y después de un impacto.
2. En tanto se procede con lo comprometido en el punto 1, cada modelo vendido en México deberá ser evaluado de manera independiente por Latin NCAP, empezando por los modelos más populares, para asegurar a los consumidores de autos información independiente acerca de la seguridad vehicular que ofrece ese modelo.

Alejandro Calvillo, Director de El Poder de Consumidor declaró: “Estamos seguros que este código es un instrumento eficaz que permitirá conocer el valor que le dan las marcas de autos a los mexicanos como consumidores, a quienes durante años les han dado un trato diferente al que dan a ciudadanos de otros países, ofreciéndonos una seguridad vehicular muy por debajo de la que ofrecen en otros países” y agregó: “Haremos del conocimiento público las marcas que decidieron suscribir este código”.

Las organizaciones recordaron que en México al año pierden la vida 16 mil personas en accidentes vehiculares, más de 134 mil personas resultan lesionadas y 40 mil mexicanos y mexicanas quedan con

algún tipo de discapacidad para el resto de sus vidas¹. En tanto las lesiones y muertes de niños ocasionadas por accidentes viales son la principal causa de fallecimientos en menores de entre 5 a 14 años de edad y la segunda causa de orfandad.

Con un sólido marco jurídico que incluye la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, el Plan Mundial para el Decenio de Acción de la Seguridad Vial 2011-2020, y la Ley Federal de Protección al Consumidor en México, este código plantea a las marcas de automóviles en México “dar un trato y un valor igual a las vidas de sus consumidores mexicanos incorporando en todos los autos nuevos vendidos en México, desde sus versiones más básicas, los mismos estándares, elementos y desempeño de seguridad vehicular que ofrecen en las versiones básicas de sus modelos en las naciones de economías maduras a las que exportan la mayor parte de su producción, para proteger y salvaguardar así la vida, la salud y la integridad física de todos los usuarios y consumidores mexicanos antes, durante y después de un impacto”.

Por su parte Alejandro Furas, Secretario General de Latin NCAP declaró: Los Latinoamericanos nos merecemos el mismo nivel de protección a nuestras vidas que ciudadanos de Europa, EE.UU., Japón o Australia sin tener que pagar más por ello. Además, nos merecemos de inmediato poder comprar autos con información independiente sobre su seguridad. Los consumidores podemos presionar a las marcas para que voluntariamente cumplan con ambas etapas propuestas ante una débil normativa local respecto a la seguridad vehicular y antes de que el mercado mismo presione al cambio.

“Ya es hora de que la industria automotriz entienda y acate que, por encima de cualquier legítimo interés económico, están los derechos a la vida, la integridad física y la salud de los consumidores y usuarios de autos en México, derechos reconocidos por las Naciones Unidas y la propia Constitución Mexicana, tal como lo dice el *Código de Ética para la Industria Automotriz* que presentamos hoy”, dijo Stephan Brodziak, Coordinador de la campaña de seguridad vehicular de El poder del Consumidor.

De acuerdo con El Poder del Consumidor y Latin NCAP, el *Código de Ética para la Industria Automotriz* es el resultado de una serie de acciones previas impulsadas por los consumidores mexicanos: una campaña pública con presencia en la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey y una petición pública lanzada en mayo de este año a nivel nacional que exige a la industria automotriz vender sólo autos seguros en México desde sus versiones básicas. El resultado de esta acción ha sido la firma de más de 25 mil consumidores que respaldan esta exigencia.

Sobre esta petición, el 6 de junio, El Poder del Consumidor, México Previene, Refleacciona A.C., y la Alianza Nacional por la Seguridad Vehicular, entregaron al Presidente Ejecutivo de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), Eduardo Solís Sánchez, las más de 24 mil firmas recabadas hasta ese momento. El Director General, Fausto Cuevas Mesa las recibió y se comprometió a dar una respuesta pública, lo que no ha ocurrido hasta este momento.

Por todo lo anterior, las organizaciones esperan que las 18 marcas automotrices tengan una respuesta favorable hacia el *Código de Ética* e hicieron hincapié en que darán a conocer las marcas que firmaron el código y aquellas que no den una respuesta.

Video sobre el Código de Ética para la Industria Automotriz: <https://youtu.be/isJS0Ru08i8>

Contacto prensa

Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686, Diana Turner cel. 55-8580-6525, Denise Rojas cel. 55-1298-9928

¹ *Perfiles de la Seguridad Vial, México, 2015*, Secretariado Técnico del Consejo Nacional para la Prevención de Accidentes, México, 2017.