

En peligro millones de usuarios de la vía y automovilistas diariamente por la gran cantidad de autos de baja seguridad vendidos en México

- De 2015 a 2020 se vendieron en México 1.5 millones de automóviles que fueron calificados con 0 y 1 estrellas en su evaluación de desempeño de seguridad en Latin NCAP, tanto para ocupantes adultos como infantiles, representando un riesgo elevado para la población.
- En México, cada año pierden la vida en siniestros viales alrededor de 16 mil personas, 44 diariamente, mientras que alrededor de 134 mil personas resultan lesionadas y, de éstas, 40 mil adquieren algún tipo de discapacidad permanente.
- Organizaciones sociales presentan la campaña *¿Qué tan seguro es tu auto?* para concientizar a los consumidores sobre la seguridad vehicular e invita a la industria automotriz a mejorar sus estándares de seguridad para la población en México.

Ciudad de México, 20 de octubre de 2021.- Las organizaciones **El Poder del Consumidor, Refleacciona con Responsabilidad y el Programa de Evaluación de Vehículos Nuevos para América Latina y el Caribe, Latin NCAP**, presentaron la nueva etapa de la campaña *"Qué tan seguro es tu auto"*, la cual señalaron, tiene el objetivo de exponer el alto riesgo para la ciudadanía que significan los 1.5 millones de automóviles de baja seguridad que se vendieron entre los años 2015 y 2020.

A partir de un análisis realizado por El Poder del Consumidor, en conjunto con Latin NCAP, en donde se retomaron el acumulado de ventas del registro administrativo de la industria automotriz de vehículos ligeros del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI, se constató que 1.5 millones de automóviles fueron calificados con 0 y 1 estrellas en su evaluación de desempeño de seguridad en Latin NCAP, y que, de acuerdo con su pobre resultado en protección tanto para ocupantes adultos como infantiles, representan, actualmente, un riesgo elevado para la población.

De acuerdo con información del Secretariado Técnico del Consejo Nacional para la Prevención de Accidentes (STCONAPRA), en México, cada año pierden la vida en siniestros viales alrededor de 16 mil personas, 44 diariamente, mientras que alrededor de 134 mil personas resultan lesionadas y, de éstas, 40 mil adquieren algún tipo de discapacidad permanente.

Con el slogan ***"Ellos resisten choques, tu familia no"***, la campaña hace alusión a que en las pruebas de choque -en las cuales se mide el desempeño de seguridad-, se utilizan *dummies* de prueba de choque, que ayudan a medir y simular el daño que puede recibir una persona en un choque real. Sin embargo, sólo ellos (los *dummies*) están diseñados para poder soportar los impactos, no así una persona o "tu familia", quienes podrían salir lesionados gravemente o hasta perder la vida en un auto de baja seguridad". La campaña busca concientizar a los consumidores sobre la seguridad vehicular e invita a la industria a mejorar sus estándares de seguridad para la población en México. [Ver video.](#)

"En esta nueva etapa de la campaña buscamos que los consumidores conozcan el riesgo que implica adquirir un auto de baja seguridad para que puedan tomar una mejor decisión

de compra. Para ello, es muy importante que cuenten con la información necesaria y oportuna, teniendo, por ejemplo, acceso a las calificaciones de pruebas de desempeño para saber qué autos nos podrían proteger mejor. Y, por otro lado, es fundamental que la industria se comprometa a que toda la oferta de autos sea de mayor seguridad, lo cual, ampliaría de manera importante, la protección que dichos autos brindarían en caso de un siniestro vial”, señaló Stephan Brodziak, Coordinador de la Campaña de Seguridad Vehicular de El Poder del Consumidor. Sin embargo, continuó, “es muy indignante que a pesar de los beneficios que ha recibido la industria automotriz para establecerse y consolidarse en México, no exista una reciprocidad en cuanto a la seguridad que los fabricantes de autos brindan a los consumidores en nuestro país. Las compañías utilizan el componente de la seguridad vehicular como una forma de obtener más ganancias, la siguen utilizando como un lujo que genera desigualdad, sin ningún miramiento ético”, finalizó.

Por su parte Alejandro Furas, Secretario General de Latin NCAP expresó “Los países que han sido exitosos en mejorar la seguridad vial, y en particular la seguridad vehicular, cuentan simultáneamente con normativa robusta y a la vez con un programa independiente de información para consumidores, como Latin NCAP. Al mismo tiempo se adhieren a la visión de Sistema Seguro el cual promueve la construcción de vías y automóviles a prueba de conductores potencialmente cada vez más distraídos. Lamentablemente México aún no ha encarado en absoluto ninguno de los dos aspectos mencionados.”

María José Sendra, Directora de Comunicación de Refleacciona con Responsabilidad, mencionó que “la exigencia de contar con autos más seguros en México no solamente atañe a quienes son dueños de un vehículo o piensan comprar uno recientemente, sino a todas las personas usuarias de la vía, que diariamente están en riesgo”. Hoy en día, dijo, “existe tecnología estandarizada en muchos países que contempla la protección a usuarios vulnerables, un ejemplo de ello, es el Estándar de Protección a Peatones, el cual tendría que ser un estándar común con que los fabricantes deberían diseñar los vehículos para México por la gran cantidad de peatones que terminan con una discapacidad permanente o que incluso pierden la vida a consecuencia de los siniestros viales”. Los peatones representan el 40% del total de muertes por hechos viales en nuestro país, y actualmente no se cuenta con información por parte de los corporativos del equipamiento del Estándar de Protección a Peatones enfocado a reducir esas muertes.

Ante este escenario, la campaña “*Que tan seguro es tu auto*”, también expone que cada año se podrían salvar más de 5,000 vidas en México, si se contaran con autos más seguros y mejor información para los consumidores. Al respecto, Stephan Brodziak señaló que, de acuerdo con el estudio “*Mejora de los estándares de seguridad de los vehículos en América Latina y el Caribe a través de la adopción de Reglamentos ONU y sistemas de información al consumidor. Informe final del Proyecto Bien Público Regional (BPR)*” del Banco Interamericano de Desarrollo, BID, al introducir tecnologías de seguridad vehicular, se podrían salvar 5,627 vidas en México cada año. Enfatizó que esto es de suma importancia, pues “existe la evidencia científica, suficiente y necesaria, de que a mayor y mejor seguridad vehicular, en conjunto con un sistema de información para los consumidores, como lo es Latin NCAP, podemos salvar miles de vidas cada año”.

En tanto, Areli Carreón miembro de la coordinación de la Coalición Movilidad Segura, moderadora del panel expresó “Para la Coalición Movilidad Segura, que agrupa a más de 70 organizaciones mexicanas promotoras de la Ley General de Movilidad y Seguridad

vial, es fundamental que se atienda el pilar 3, relativo a autos más seguros, para lograr la meta 3.6 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la meta de reducir a la mitad las muertes y lesiones graves por siniestros viales. Convocamos a la ciudadanía a conocer esta campaña y a ejercer su derecho constitucional a la información independiente y a la movilidad más segura eligiendo un vehículo más seguro. Es imprescindible que la industria automotriz ofrezca sólo vehículos más seguros para sus clientes y para la sociedad en su conjunto.”

Finalmente, las organizaciones hicieron un llamado a los corporativos y fabricantes para que solo comercialicen autos más seguros en México que protejan a todos los usuarios de la vía, y enfatizaron: **“Como consumidores, como ocupantes de vehículos, como peatones, como ciclistas, como motociclistas, exijamos autos más seguros para México”**.

La campaña estará presente en televisión, radio, espectaculares, publicidad en exteriores y redes sociales.

Sitio web de la campaña: www.quetanseguroestuauto.org

Link al video de la campaña: https://www.youtube.com/watch?v=VKMU_GhILT0

Link a la conferencia:

https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=870388353668341

Imagen de campaña:



Contacto prensa:

Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686;

Diana Turner cel. 55-8580-6525;

Denise Rojas cel. 55-1298-9928