



LOS DIEZ PRIMEROS AÑOS DEL INSTITUTO MAPFRE DE SEGURIDAD VIAL

Por **Miguel Muñoz Medina**
*Presidente del Instituto MAPFRE
de Seguridad Vial*

El SISTEMA MAPFRE tiene una tradición de trabajo en el terreno de la seguridad vial que es muy anterior a la existencia del Instituto, en junio de 1996.

La creación de CESVIMAP y su trabajo de más veinte años o la celebración de la Primera Semana MAPFRE por la Seguridad Vial en 1995 son solo algunas manifestaciones de ese quehacer antiguo.

Porque el Instituto nació no con la pretensión de exclusivizar las funciones de prevención de accidentes de tráfico, sino de coordinar todas las acciones del sistema en tal sentido, como una forma de coordinar esfuerzo y optimizar recursos en la que es, sin duda, una de las formas más cualificadas de exteriorizar el sentido de la responsabilidad social que desde hace ya muchos años –probablemente desde la refundación de MAPFRE a cargo de don Ignacio Hernando de Larramendi– tiene el Sistema.

Echando la vista atrás, estos diez años han sido ciertamente apasionantes. En muchos aspectos el punto de partida era cero, y en otros, al tratarse de acciones dispersas, el trabajo de recopilación, coordina-

ción y sistematización ha sido tan creativo como cuando hemos iniciado andaduras hasta entonces inexploradas.

No quisiera que este acto de recapitulación se pareciera demasiado a una rendición de cuentas o a un resumen más o menos exhaustivo de lo ya actuado. Tampoco que fuera una exposición de planes de futuro sistematizados de acuerdo con los criterios de la planificación estratégica u operativa. Para ello existen otros cauces que son los institucionales y orgánicos. Pero no me resisto a volcar en estas líneas algunas reflexiones sobre el papel del Instituto, tanto en terreno general de la prevención vial como su ubicación conceptual, y no solo en el ámbito de la seguridad

vial, en el conjunto de MAPFRE, y al decir MAPFRE quiero hacer referencia a empresas y fundaciones.

LA SEGURIDAD VIAL DESDE LA INICIATIVA PRIVADA

Cuando nos enfrentamos a un problema social que supone casi 5.000 muertos al año, 120.000 lesionados de diversa consideración y un coste global de no menos de dos billones de pesetas, es claro que un grupo empresarial con la inquietud social de MAPFRE no podía permanecer indiferente. Calificar la inseguridad vial como uno de los más graves problemas que sufren las sociedades desarrolladas no es ninguna exageración. El problema es que la propia sociedad no lo aprecia como tal y, de hecho, no suele aparecer en los estudios de opinión como una de las preocupaciones de los españoles. He oído a personas sensatas y de reconocido buen criterio afirmar que los accidentes circulatorios son algo inevitable, algo así como un tributo que hubiera que pagar al progreso en forma de sacrificios humanos. Contra esa actitud determinista se rebela MAPFRE con su programa de seguridad vial.

Desde un punto de vista ligado a la lógica empresarial, tiene pleno sentido que la empresa líder del sector asegurador del automóvil invierta en seguridad vial por razón de su íntima ligazón con la cuenta de resultados, pero la decisión de crear el Instituto en el ámbito fundacional trasciende de aquel planteamiento para situarse en el de la responsabilidad social. La idea de que la seguridad vial es algo que concierne a toda la sociedad es algo más que una obsesión personal: es una convicción profunda de quien lleva toda su vida profesional –ya declinante– a dicha causa. Clemençeau decía que la guerra es algo demasiado importante para dejarla en manos de los militares; pues bien, parafraseando al

- ***Calificar la inseguridad vial como uno de los más graves problemas que sufren las sociedades desarrolladas no es ninguna exageración. El problema es que la propia sociedad no lo aprecia como tal.***

político francés, pienso que la inseguridad vial es algo demasiado grave para relegar toda la responsabilidad sólo en manos de las Administraciones. La sociedad en pleno y muy señaladamente los sectores empresariales más ligados al fenómeno de la automoción tenemos responsabilidades irrenunciables. Y no hablo solo de que los fabricantes de automóviles inviertan en seguridad de sus productos –lo cual ciertamente es seguridad vial– ni que las aseguradoras realicen bien su función indemnizatoria –que también es seguridad vial–. Se trata de dar un paso más y entrar con decisión en el terreno de la prevención, no pretendiendo ocupar los espacios que por imperativo legal corresponden a los poderes públicos. Nuestra misión es actuar con coordinación, pero también con plena independencia. Y cuantos más sectores empresariales nos involucremos, tanto mejor sin riesgo de superposiciones o, lo que sería peor, de lanzar a la sociedad mensajes contradictorios. La coordinación es fácil si existe un mínimo de voluntad de alcanzarla.

LA COMUNICACIÓN COMO INSTRUMENTO CUALIFICADO DE SEGURIDAD VIAL

El carácter masivo del fenómeno de la automoción –y de su disfunción fundamental que son los accidentes– hace que los remedios tengan que ser necesariamente masivos. La política más eficaz de seguridad vial –y los resultados de los países y momentos en que la evolución ha sido positiva así lo avalan– es la de transmitir a la sociedad mensajes creíbles y convincentes de seguridad. Dentro de una planificación global y coherente de seguridad vial, no es fácil –tal vez tampoco sea lícito– priorizar acciones hasta el extremo de que pueda quedar relegada la política de educación a favor de la de infraestructuras (o viceversa, tanto da), o de hacer prevalecer las medidas de control sobre





las de seguridad de los vehículos. Los ciudadanos tenemos el derecho –también el deber– de reclamar de los poderes públicos una política integral de seguridad, pero nada será eficaz si los ciudadanos, cada uno de nosotros, no asumimos nuestra cuota de responsabilidad y aplicamos en nuestro comportamiento cotidiano –como conductores, peatones o usuarios de los transportes– los criterios de seguridad. Y es responsabilidad de la Administración proporcionar al ciudadano los elementos de información, formación y persuasión que posibiliten la adopción de pautas de conducta acordes con la gravedad del problema. Y si eso es importante para la Administración, que tiene la posibilidad de arreglar carreteras y de exigir coercitivamente el cumplimiento de la ley –por poner solo dos ejemplos significativos–, en el caso de organizaciones privadas, como el del Instituto, ello es insustituible, ya que obviamente carecemos de aquellas facultades.

Es importante retener la idea de que cuando hablamos de comunicación no estamos haciendo referencia a publicidad, por más que en algunas ocasiones se utilicen medios y técnicas publicitarias. La divulgación de cri-

terios de seguridad vial a través de los medios de comunicación es prevención y, por tanto, educación vial químicamente pura.

También es necesario tener claro que la comunicación –sobre todo a los efectos que aquí nos ocupan– no es un concepto unívoco, sino que se refiere a varios tipos de actividad. Por supuesto, a las campañas que podríamos llamar tradicionales, reforzadas, complementadas o incluso sustituidas por acciones de marketing relacional, comunicados de prensa y, lo que probablemente es más eficaz, actos de presencia personal ante los medios.

En este esfuerzo por afianzar nuestra posición como referentes mediáticos en materia de seguridad vial hemos empeñado una importante parte de nuestra dedicación, habiendo conseguido una presencia mucho más relevante que en los años precedentes.

No obstante, obvio es decir que el camino por recorrer es largo y no fácil.

● ***La inseguridad vial es algo demasiado grave para relegar toda la responsabilidad sólo en manos de las Administraciones.***

LA EXPANSIÓN IBEROAMERICANA

Conectando con lo que, en términos absolutos, constituye una prioridad política del Sistema, el Instituto ha ido consolidando

sus acciones de prevención en distintos países del continente americano a través de la presencia pública de nuestras compañías ubicadas allá. Puerto Rico, Venezuela, Brasil, Paraguay y El Salvador son los países en los que nuestros programas están ya más asentados.

Se ha ultimado recientemente un programa de acción, junto con la alta dirección de MAPFRE AMÉRICA, para unificar políticas y contenidos de las campañas de actuación y sistematizar criterios presupuestarios –en cuanto al porcentaje de participación en los costos de cada acción–, adecuando estos últimos a la realidad empresarial de cada entidad de América.

Desde un punto de vista de los contenidos y metodologías, se trata de optimizar las inversiones ya realizadas, exportándolas, por así decirlo, como una forma, además de garantizar una presencia común en todos los países.

Por lo demás, es claro que todos los conceptos que configuran las acciones de prevención, las prioridades en la selección de objetivos y metodologías, así como los principios de coordinación e independencia respecto de los poderes públicos, son comunes con los de España, sin caer en un uniformismo a ultranza que, al ignorar las peculiaridades de cada país, podría conducirnos a la esterilidad de nuestras actuaciones.

La meta de conseguir que también en Iberoamérica el Instituto MAPFRE de Seguridad Vial se convierta en el referente institucional y mediático tiene allí dificultades adicionales, pero paulatina y progresivamente se ha de ir consiguiendo.

LA GESTIÓN DE RECURSO EXTERNOS

El Instituto MAPFRE de Seguridad Vial tiene una plantilla corta, y así debe ser a fin

de no gravar con elevados costes fijos a una institución que, en definitiva, depende presupuestaria y financieramente de las donaciones de las sociedades del Sistema, singularmente MAPFRE MUTUALIDAD. Fiel a esta concepción, el Instituto ha reducido la plantilla con relación a su período fundacional, pese a que ha multiplicado por casi cuatro su volumen de actividad, en términos cuantitativos y cualitativos.

- ***La decisión de crear el Instituto en el ámbito fundacional trasciende del planteamiento empresarial para situarse en el de la responsabilidad social.***

Es claro que ello no puede deberse solo a la dedicación y al entusiasmo de su joven y bien formada plantilla. Una de las cosas que más brillantemente ha aprendido a hacer el Instituto en estos diez años de vida es justamente a movilizar y gestionar recursos externos que no mantienen con nosotros ningún vínculo laboral o de otra naturaleza jurídica. Es cierto que de forma puntual contamos con la colaboración de empresas de servicios para la ejecución de trabajos en los que sus respectivas especializaciones así lo requerían, pero la implantación y desarrollo de acciones de preven-

ción las llevamos a cabo casi siempre merced a la colaboración, al trabajo conjunto, con diferentes instituciones públicas (Ayuntamientos y órganos de gobierno de Comunidades Autónomas) y privadas (organizaciones no gubernamentales que trabajan en el terreno de la prevención vial). Sin ellos, sin la colaboración de estas instituciones, el Instituto MAPFRE de Seguridad Vial no habría podido difundir su trabajo en la medida en que lo ha conseguido, hasta el extremo de que cada vez con más fuerza nos vamos convirtiendo en la referencia fundamental para muchas –su número es sin duda creciente– instituciones públicas, y la importancia de este hecho no debemos medirla sólo en términos de prevención de accidentes de tráfico, sino como un factor de prestigio público que trasciende con mucho del ámbito estricto del Instituto para alcanzar al conjunto del SISTEMA MAPFRE.

