

DESCRIPCIÓN

Campaña que busca concienciar a la población sobre la importancia de tomar las precauciones necesarias al conducir, dada la elevada cifra de accidentes vehiculares lamentables en todo el país.

OBJETIVO

Contribuir a la reducción de accidentes de tráfico y fatalidades a través del Programa que se ha alineado con el Plan de Acción de Panamá para el Decenio de Acción para la Seguridad Vial 2011 - 2020 de la ONU.

BENEFICIARIOS

La comunidad panameña en general, conductores, peatones y todos en su entorno.

RESULTADOS

Según la División de Operaciones de Tránsito de la Policía Nacional de Panamá 2010-2013 se produjo un descenso del 31,67% en los accidentes de tráfico y 18,48% del total de muertes causadas por estos accidentes en todo el país; equivalente a 88 muertes menos en este período.

Cervecería Nacional inició en 2010 el Programa de Seguridad vial “**Respeto la Vía, Respeto la Vida**”, en colaboración con el Ministerio de Salud, la Autoridad de Tránsito y Transporte Terrestre (ATTT) y la Policía Nacional, alineándose con las directrices de la Organización de las Naciones Unidas denominadas “**Decenio de Acción para la Seguridad Vial 2011-2020**”, cuyo objetivo general es estabilizar y, posteriormente reducir las cifras previstas de víctimas mortales en accidentes de tránsito en todo el mundo, hoy el programa es conocido en todo el país como Vía Responsable.

Esta propuesta, que ha resultado innovadora ante un tema de salud pública como lo son los accidentes de tránsito, fue creada por la empresa con un objetivo claro: contribuir a la reducción de la accidentalidad de tránsito en el país, focalizando la atención en las 3 principales causas, que en orden de importancia son: conducir con exceso de velocidad, usar el teléfono mientras se conduce y conducir bajo los efectos del alcohol.

En los años siguientes (2011- 2014) la empresa logró llevar a cabo el Programa a todo el país, involucrando a importantes sectores del gobierno, la empresa privada y del público en general, tales como el Ministerio de Salud, la Autoridad de Tránsito y Transporte Terrestre, la Policía Nacional, la Cervecería Barú, la empresa importadora de licores Global Brands, las empresas de telefonía como Claro Panama, Cable&Wireless, Telefónica y Digicel, la Asociación de Bares, discotecas y medios de comunicación masiva a través de alianzas, y las ONG que tuvieron presencia a través el Club Rotario de Panamá y la gran alianza por la Seguridad Vial.

El mayor reto que presentó el Programa fue la creación de alianzas con los diferentes actores, así como el desarrollo de un marco común que hiciera frente al creciente incremento de las estadísticas de accidentes de tráfico, y aportara a su reducción.



APRENDE TIPS, INFORMATE Y OPINA.
VIVE Y COMPARTE EN COMUNIDAD



INFORMATE EN
WWW.VIARESPONSABLE.COM



COMUNICATE RESPONSABLEMENTE.
VIVE Y COMPARTE EN COMUNIDAD



INFORMATE EN
WWW.VIARESPONSABLE.COM

EL DATO DESTACADO

El proyecto parte de la necesidad de reducir las cifras de accidentes de tránsito en Panamá, que ocasionan alrededor de 400 muertes cada año.

PRINCIPIO 1 PACTO GLOBAL

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia



Tomar las precauciones necesarias al usar las vías como conductor y como peatón”.

En su proceso de elaboración participaron diferentes niveles de la empresa conformando un equipo entre Presidencia Ejecutiva, la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos, la Dirección de Desarrollo Sostenible y la Dirección de Comunicaciones, quienes dieron forma a la propuesta que estuvo afincada en cuatro pasos:

- Estrategia: Un conductor y un peatón responsable pensarán acerca de su propia seguridad, la de su familia y la comunidad.
- Formación de Pilares: Conductor responsable, peatón responsable y mensajes de seguridad vial.
- Asociación y alianzas: gobierno, sector privado, medios de comunicación, influenciadores.
- Comunicación 360° (ATL: televisión, radio, al aire libre, inserciones en periódicos, Internet, red social, la plataforma digital. BTL: anuncios en el escenario, los líderes de opinión, folletos, activaciones, lanzamiento anual, ruedas de prensa, programa de lealtad para conductor designado.)

Desde su creación en 2011- hasta la fecha el Programa le ha permitido a la empresa:

Localmente

- Mejorar su reputación como empresa socialmente responsable comprometida con el fortalecimiento de la seguridad vial del país (de acuerdo con datos generados por encuestas entre 2012 -2014).
- Obtención del premio al mejor comercial de televisión SERTV en la Categoría Bienestar Público en el Festival Internacional de Publicidad XIX Caribe 2012.
- Ingreso al Consejo Nacional de Seguridad Vial de Panamá.

Regionalmente

- Reconocimiento como uno de los mejores programas de SABMiller en toda América Latina.
- Obtención de Medalla de Oro en los premios globales de Desarrollo Sostenible Graham Mackay del grupo SABMiller.
- Ser replicado como caso de éxito en los mercados en los que SABMiller tiene presencia globalmente.

