



## Comunicado de prensa

Para publicación inmediata

**[Organización]**

**[Contacto]**

**[Teléfono, dirección de correo electrónico]**

**[Fecha]**

**La Administración Nacional de Seguridad del Tráfico en las Carreteras (NHTSA, por sus siglas en inglés), el Consejo de Publicidad, Comerciantes [organización] se unen a la batalla en favor del asiento elevado “booster” durante la Semana de la Seguridad de los Niños Pasajeros**

Los choques automovilísticos son la principal causa de muerte de niños de 2 a 14 años de edad. En 2002, 339 niños de 4 a 7 años de edad y 1,209 niños de 8 a los 15 años de edad perdieron sus vidas en choques mientras viajaban en un automóvil. Ese mismo año, 58,000 niños de 4 a 7 años de edad y 160,000 niños de 8 a los 15 años de edad fueron lesionados en choques mientras viajaban en un automóvil. Pero ahora dos formidables aliados: el Consejo de Publicidad y comerciantes nacionales y locales se unen a la batalla para proteger a nuestros niños en las carreteras.

Mucha gente cree que los niños que están demasiado grandes para los asientos de seguridad para niños deberían de utilizar cinturones de seguridad. Pero están equivocados. Los cinturones de seguridad, diseñados para adultos, no sujetan adecuadamente a algunos niños en caso de un choque. Esos niños necesitan un asiento elevado “booster,” que eleva al niño para que el cinturón de seguridad le ajuste adecuadamente y lo proteja. La Administración Nacional de Seguridad del Tráfico en las Carreteras (NHTSA, por sus siglas en inglés) recomienda los asientos elevados “booster” para niños de más o menos 4 años de edad y que pesen 40 libras, hasta por lo menos los 8 años, a menos de que el niño mida 4 pies, 9 pulgadas de estatura. Pero NHTSA estima que solo un 10% a 20% de los niños que deben estar en asientos elevados “booster” los utilizan.

Durante la Semana de la Seguridad de los Niños Pasajeros, que se celebra del 8 al 14 de febrero del 2004, NHTSA y el Consejo de Publicidad está lanzando una campaña publicitaria sin precedentes a través de la televisión, la radio y los medios impresos a nivel nacional para aumentar el conocimiento acerca de los



asientos elevados “booster.” Comerciantes nacionales y locales que venden asientos elevados “booster” – incluyendo **[nombre del comerciante local que participa]** – también están apoyando este esfuerzo celebrando eventos sobre la seguridad de niños pasajeros, compartiendo información sobre los asientos elevados “booster” y promoviéndolos en sus almacenes con materiales vinculados a la campaña del Consejo de Publicidad.

**[La Organización]** elogia a **[nombre del comerciante (s) que participa]** y a otros comerciantes por su participación en esta misión para salvar vidas. “El lograr que información sobre los asientos elevados “booster” llegue a manos de padres en el lugar donde pueden comprarlo es una gran forma de hacer que más niños utilicen los asientos elevados “booster,”” dijo **[nombre y título del vocero]**. “Nuestros compañeros comerciantes están proporcionando un gran servicio a nuestras comunidades y a nuestros niños.”

“Se trata de salvar las vidas de nuestros niños y de servir a la comunidad,” manifestó **[vocero de los comerciantes que participen]**. “Estamos orgullosos de formar parte de este esfuerzo importante.”

**[Nombre de Organización]** también participa en la Semana de la Seguridad de los Niños Pasajeros. El **[fecha]** estaremos celebrando **[tipo de evento]** donde padres y cuidadores pueden aprender sobre los asientos elevados “booster” y **[cualquier actividad adicional, tal como la inspección de asientos de seguridad para niños y asientos elevados “booster”]**

“Hay demasiados niños que están en peligro porque deberían estar utilizando los asientos elevados “booster,”” dijo **[vocero]**. “Pero mientras más padres y cuidadores aprendan sobre los asientos elevados “booster” a través de esfuerzos como estos, eso cambiará.”

Para más información sobre asientos elevados “booster,” visite [www.boosterseat.gov](http://www.boosterseat.gov)